



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERIA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA DE SISTEMAS**

**DATAMART PARA EL SOPORTE DE LA TOMA DE DECISIONES  
EN EL AREA DE PLANIFICACION DE TIENDAS POR  
DEPARTAMENTOS RIPLEY**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
INGENIERIA DE SISTEMAS**

**AUTOR:**

**JIMENEZ CARRASCO, CESAR JUNIOR**

**ASESOR:**

**MGTR. JOHNSON ROMERO, GUILLERMO MIGUEL**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**SISTEMAS DE INFORMACION ESTRATEGICOS Y DE TOMA DECISIONES**

**LIMA – PERÚ**

**2017**

# PAGINAS PRELIMINARES

## **PAGINAS DEL JURADO**

---

**Mg. Ing. Huarote Zegarra, Raul**

---

**Mg. Ing. Galvez Tapia, Orleans**

---

**Mg. Ing. Johnson Romero, Guillermo**

## DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mis Padres,  
Quienes me Han apoyado a lo largo de  
Todo Este proceso profesional.

## AGRADECIMIENTO

A todas las personas que hicieron posible Este proyecto, Muchas gracias por su apoyo y enseñanza: A Dios, por ser mi guía todos los días, A Cesar Jimenez y Julia Carrasco, mis padres, Al Mg. Ing. Guillermo Johnson, asesor, Sin ustedes no habría sido posible...

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

### ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo,....., docente de la Facultad.....y Escuela Profesional..... de la Universidad César Vallejo..... (Precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

".....", del (de la) estudiante .....

....., constato que la investigación tiene un índice de similitud de .....% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha.....

.....  
Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: .....

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo.....estudiante de la Escuela Profesional de .....de la Universidad César Vallejo, sede/filial.....; declaro que el trabajo académico titulado ".....presentada, en .....folio para la obtención del grado académico/título profesional de .....es de mi autoría.

Por lo tanto, declaro lo siguiente:

He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académico.

No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresadamente señaladas en este trabajo.

Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.

Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Lima.....de.....de.....

-----  
Firma

Nombre y apellidos:

DNI:.....

## **PRESENTACION**

En el capítulo I se detalla los pormenores como son el título de la tesis así como el planteamiento y formulación del problema para continuar con las justificaciones y antecedentes, así como los conceptos referidos a las variables y los indicadores, se realiza el planteamiento de las hipótesis (principal y específicas) para luego pasar a definir la metodología de la tesis, posteriormente se desarrolla.

En el capítulo II, en el cual, pasando por el tipo y diseño de estudio así como la definición conceptual y operacional de las variables y sus indicadores correspondientes, luego de esto se genera la población, si es necesario la muestra utilizando el muestreo adecuado, terminado este proceso se explica los materiales herramientas a usar en la recolección de datos así como el método de procesamiento de estos.

En el capítulo III encontramos el resultado de la investigación, mediante la herramienta SPSS, posteriormente en el capítulo IV se presentara la discusión de la investigación, en el capítulo V las conclusiones a las que se llegó en la investigación, en el capítulo VI se ven las recomendaciones correspondientes, en el capítulo VII se muestran las referencias de la investigación y para finalizar en el capítulo VIII se muestran los anexos de la investigación.



## INDICE

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERIA DE SISTEMAS.....	1
PAGINAS PRELIMINARES .....	2
PAGINAS DEL JURADO .....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO .....	5
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	6
PRESENTACION .....	8
INDICE .....	9
RESUMEN.....	11
ABSTRACT .....	12
I. INTRODUCCIÓN .....	13
1.1. Realidad Problemática.....	14
1.2. Trabajos previos .....	17
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	22
1.3.1. DataMart .....	22
1.3.2. Soporte a la Toma de Decisiones en el Área de Planificación .....	27
Definición.....	27
1.3.3. Metodología para el desarrollo del DataMart .....	31
1.4. Formulación del problema .....	38
1.5. Justificación del estudio .....	39
1.6. Hipótesis .....	41
1.7. Objetivos.....	42
II. MÉTODO.....	43
2.1. Diseño de investigación .....	44
2.2. Variables, operacionalización .....	46
2.3. Población y muestra .....	48
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	50
2.5. Métodos de análisis de datos .....	51
2.6. Aspectos éticos.....	51
III. RESULTADOS.....	52
IV. DISCUSIÓN .....	53
V. CONCLUSIÓN .....	54
VI. RECOMENDACIONES .....	55
VII. PROPUESTA.....	56

VIII. REFERENCIAS ANEXOS.....	57
a) Instrumentos .....	58
b) Validación de los instrumentos.....	59
c) Matriz de consistencia.....	60
d) Desarrollo de la Metodología .....	61

## RESUMEN

La presente investigación comprende el desarrollo, implementación y evaluación de un Datamart para el soporte de la toma de decisiones para el área de planificación de Tiendas por Departamento Ripley.

El objetivo principal es determinar la influencia de un DataMart como soporte a la toma de decisiones en el área de planificación de Tiendas por Departamento Ripley y los objetivos secundario son, determinar la influencia de un DataMart en el incremento de las ganancias de Tiendas por Departamento Ripley, en relación al estado actual de 80.02% y determinar la influencia de un DataMart en mejorar la rotación de stock de los productos en Tiendas por Departamento Ripley, en relación al estado actual del 14.00%.

En la presente investigación para una correcta documentación y estructuración se utilizó la metodología Kimball, Como base de datos Origen se usa Oracle 9i, el ETL y Cubo OLAP serán implementado en el Integration Service y Analysis Service del SQL Server 2014, la presentación de los reports serán desarrollados en Visual Studio 2015.

**PALABRAS CLAVE:** Soporte a la Toma de decisiones – Metodología Kimball – Oracle – SQL Server 2014.

## ABSTRACT

The present investigation includes the development, implementation and evaluation of a Datamart for the support of the decision making for the area of planning of Stores by Ripley Department.

The main objective is to determine the influence of a DataMart as a support for decision making in the area of planning of Stores by Ripley Department and the secondary objectives are to determine the influence of a DataMart in the increase of the profits of Shops by Department Ripley , In relation to the current state of 80.02% and determine the influence of a DataMart in improving the rotation of stock of the products in Stores by Department Ripley, in relation to the current state of 14.00%.

In the present investigation for a correct documentation and structuring, the Kimball methodology was used. As a database, Oracle 9i is used. The ETL and Cubo OLAP will be implemented in the Integration Service and Analysis Service of SQL Server 2014, the presentation of the reports Will be developed in Visual Studio 2015.

**KEYWORDS:** Support for Decision Making - Kimball Methodology - Oracle - SQL Server 2014.

# **I. INTRODUCCIÓN**

## 1.1. Realidad Problemática

“Sin duda el retail es una de las actividades empresariales de mayor importancia en el mundo, tanto así que las principales compañías del mundo pertenecen a esta industria.

En la mayoría de los países desarrollados o en desarrollo, el retail, es muy importante respecto de su aporte a diversos indicadores claves para la sociedad y su economía.” (Leyton, 2013)

“Perú se ubica en la novena posición de los grandes retailers gracias a los continuos esfuerzos del gobierno para estimular la integración comercial y buscar acuerdos de tratado libre comercio que han favorecido a abrir la economía y atraer la inversión extranjera al país. Por otro lado, las condiciones económicas han contribuido a impulsar el consumo privado a un 4,1% en el 2015.”(Huerta, 2016)

Tiendas por Departamento Ripley es una empresa del sector retail dedicada a la comercialización masiva de productos, cuya sede central se encuentra ubicada en la Avenida Paseo de la Republica 3118 en el distrito de San Isidro. Cuenta con las siguientes Gerencias: Planificación, Reposición y Seguimiento Retail, Operaciones, Comercial, Administración y Finanzas, Comercio Exterior y Logística. La Gerencia General está a cargo del Lic. Eduardo Daly Rodríguez. Tiendas por Departamento Ripley cuenta con las siguientes áreas:

El Área de Reposición distribuye la mercadería desde el centro de distribución a las tiendas, a la vez, se encargan de controlar el Stock y Cubicaje (Capacidad Máxima) de cada tienda. El Área de Procesos Comerciales activa los precios y descuento para los productos y controla los rebates (Porcentaje de pago según acuerdo comercial) para cada proveedor. El Área de Operaciones administra los recursos, infraestructura y financiamiento de cada tienda. El Área Comercial realiza los acuerdos de compra con los proveedores respetando el presupuesto que planificación les entrego, gestionan las proformas y órdenes de compra.

El Área de administración y Finanzas controlan la contabilidad de la empresa, autorizan las adquisiciones y gestionan las áreas de Sistemas y recursos humanos. El Área de Comercio Exterior controla el tiempo de embarque de la compra, resuelve las gestiones en la aduana y recepciona la mercadería. El Área

de logística administra el Centro de Distribución y los diversos almacenes.

El Área de Planificación elabora y controla el presupuesto de compra en base a la venta de la temporada anterior, proyecta las ventas que deberían alcanzar y elaboran los descuentos que se aplicaran durante la temporada.

Según la entrevista al Sr. Guillermo Firgau Meza, Subgerente de planificación y reposición, nos comenta que el proceso de planificación comienza analizando el comportamiento de la venta en la temporada anterior, considerando esto y la meta de venta; se elabora el presupuesto de compra aterrizado en el Shopping list (lista de compra), este documento indica cuantos modelos se deben comprar por departamento, marca y línea. Luego se elabora la BMT este documento indica los modelos con sus colores, tallas, costos, procedencias, proveedores entre otros datos; para luego ser ingresados en el *Ciclo de Vida* sistema elaborado por la empresa para administrar la duración de la venta y los descuentos de los productos; como resultado se obtiene la proyección de venta.

Planificación se encarga de dar seguimiento al cumplimiento de la estrategia, mediante el análisis de los siguientes reportes: Agotamiento, Posición de Stock, Cubicaje, Ventas diarias, Rebates, Control Presupuestal. La información de estos reportes es unificada de forma manual para facilitar el análisis y tomar una decisión con respecto a la reposición que se deberá realizar para un determinado departamento, marca, línea; actualmente no se estima una reposición exacta, puesto que no se tiene control del cubicaje, el stock y la venta de cada tienda. Esto conlleva a tener exceso de mercadería innecesaria y no tener una rotación del stock de los productos necesarios, como consecuencia hay sobre stock en tiendas y mercadería que no se vende.

En la figura 1, se observa un resumen de Stock vs cubicaje (Capacidad Máxima) de una tienda específica según un departamento, marca, línea donde la reposición supera el cubicaje evidenciando el exceso de mercadería.

DEPARTAMENTO	MARCA	LINEA	Cubicaje	Stock Und	% Excesos	% Defectos	Excesos	Defectos	Cob Act
MARQUIS MUJER	MARQUIS	ABRIGOS	5	59	1540.0%	-240.0%	77	-12	1.7
		ACCESORIOS	0	0	0.0%	0.0%	0	0	0.0
		BLUSAS	6,288	29,608	370.0%	0.0%	23,267	0	8.5
		CHALECOS	1	16	1500.0%	0.0%	15	0	0.0
		CHOMPAS	390	4,358	1039.0%	-31.0%	4,052	-121	6.1
		FALDAS	1,694	6,475	282.1%	0.0%	4,778	0	13.8
		PANTALONES	7,049	31,836	357.6%	-5.8%	25,204	-411	19.1
		POLOS	16,916	60,914	260.1%	0.0%	44,006	-2	13.6
		SHORTS	243	1,059	336.2%	0.0%	817	0	19.7
		CASACAS	594	4,538	664.0%	0.0%	3,944	0	9.5
		VESTIDOS	1,434	7,181	400.9%	-0.1%	5,749	-1	19.1
		BLAZERS	655	4,135	531.5%	0.0%	3,481	0	15.0
		HILOS	5,086	16,411	226.2%	-3.6%	11,506	-182	16.8
		CAPRIS	15	105	600.0%	0.0%	90	0	0.0
Total MARQUIS			40,370	166,695	314.6%	-1.8%	126,986	-729	12.8

Figura N°1: Reporte de Stock Vs. Cubicaje

Por otro lado se da seguimiento a las ventas con el objetivo de ver el avance de la meta y la contribución esperada (ganancia); esto se visualiza mediante un reporte de agotamiento de venta semanal de toda la compañía. Las ganancias dependen de las ventas, las ventas de la buena reposición y la correcta aplicación de los descuentos; al no tener visibilidad de la ventas diarias por tienda, puesto que cada tienda tiene un comportamiento diferente; con esto no se sabe dónde se debería aplicar un descuento o promoción, en consecuencia no se logra alcanzar la ventas esperadas y/o se tendrá mercadería en reposo.

En la figura 2, se observa el agotamiento de un departamento, marca, línea y la proyección de venta y ganancia.

Semana	Agot Plan Ini %	Agot Plan %	Agot Real %	GM Plan %	GM Real %	GM Hst %	Precio Prom Real	Precio Prom Hst	Dscto Plan	Dscto Real
A06	0.0%	0.0%								
A05	0.9%	0.8%		65.9%					0.0%	
A04	2.0%	2.2%		66.1%					0.0%	
A03	3.6%	3.5%	0.8%	65.9%	60.2%		122.3		0.0%	12.0%
A02	3.9%	3.8%	2.5%	66.1%	65.3%		140.3		0.0%	-0.9%
A01	5.5%	5.3%	4.1%	66.0%	65.2%		133.1		0.0%	0.0%
T01	7.7%	7.7%	7.2%	65.9%	61.4%		113.1		0.0%	11.1%
T02	10.0%	10.0%	9.5%	66.0%	64.2%		119.4		0.0%	4.6%
T03	13.6%	13.5%	11.7%	66.0%	64.0%		118.0		0.0%	5.7%
T04	16.0%	16.1%	14.7%	66.0%	58.8%		102.5		0.0%	17.8%
T05	16.3%	16.4%		66.1%					0.0%	

Figura N°2: Reporte de Agotamiento



## 1.2. Trabajos previos

- a) En el año 2015, Coronel Aguilar Fabián realizó la investigación titulada: “Análisis de cadenas de ventas al retail para definir proceso ETL que faciliten la elaboración de un datawarehouse que permita un análisis financiero, desarrollado en la Universidad de Cuenca, Ecuador.

Identifica como una de las prioridades de las empresas, obtener información oportuna y disponible que permita a la gerencia tomar decisiones acertadas en el momento preciso. Los minoristas generalmente tienen un catálogo muy extenso que lo convierte en ventaja competitiva, en el sentido de que los consumidores pueden encontrar productos de diferentes marca, tipo, clase, etc., en un solo lugar, pero esta variedad de productos puede transformarse en un verdadero problema al momento de hacer análisis de ventas, compras o rentabilidad; por esto, es importante la creación de conocimiento a partir de la información disponible, que ayude principalmente a una correcta toma de decisiones. El objetivo de la investigación fue : Analizar cadenas de ventas al Retail con la revisión documental de la principales características y un estudio de campo dirigido a Gerentes y Financieros del mercado local Retail que permitan obtener indicadores financieros que faciliten la construcción de Datawarehouse y los procesos ETL involucrados utilizando una metodología previamente analizada y seleccionada. Utilizo una metodología cuantitativa y se basó primeramente en una revisión documental o bibliográfica acerca de las ventas al Retail para un posterior análisis de cada una de las características de este sector del mercado identificando los relacionados con el ámbito financiero, luego se hizo una recopilación de información basada en un estudio de campo encuestando a 78 empresas.

La metodología utilizada para el desarrollo del datawarehouse fue Hefesto. Entre sus conclusiones tenemos: Una solución Datawarehouse permite generar conocimiento a partir de información estática, muy importante para la toma de decisiones especialmente en el mundo Retail donde el mercado es muy competitivo y requiere que los movimientos estratégicos sean acertados. La metodología más apropiada para la investigación fue la de Hefesto, que, por sus características y su área de aplicación encajan perfectamente en el esquema Retail analizado. Analizando detalladamente

las características financieras que tiene el comercio Retail se pudo determinar indicadores que posteriormente facilitaron la construcción del Datawarehouse y sus procesos ETL. Se evidenció que, con los indicadores planteados y los conocimientos empresariales necesarios se puede construir fácilmente una solución Datawarehouse

De la presente investigación se tomará como aporte el tipo de metodología empleada para el desarrollo del datawarehouse, de manera referencial, puesto que también permite desarrollar datamart.

- b) En el Año 2012, Edwin Buenaño y José Villares realizaron la investigación “Las aplicaciones OLAP y su importancia en el soporte a la toma de decisiones gerenciales en los procesos de compras y ventas en la empresa DISMERO S.A., provincia de los Ríos”, en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

Identificaron como problemática que la empresa DISMERO, tiene baja competitividad frente a otras empresas del mercado, por no tener información actualizada, precisa y oportuna, asimismo, cuentan con poca o ninguna cultura de uso de tecnologías de información actuales para la toma de decisiones. Se planteó entre sus objetivos: Establecer la Importancia de las Aplicaciones OLAP en el soporte a la toma de decisiones gerenciales sobre los procesos de compras y ventas en la empresa “DISMERO S.A.”, Provincia de Los Ríos y desarrollar una aplicación OLAP para dar soporte a la toma de decisiones gerenciales en los procesos de compras y ventas. Se ejecutó una investigación bibliográfica y de campo; de tipo exploratorio descriptivo. Como conclusiones se obtuvieron: El personal que labora en la empresa ha tomado una actitud positiva sobre el desarrollo, implementación y utilización de la Solución informática. Los usuarios de la solución informática se mostraron satisfechos por la facilidad del manejo de la herramienta, por ser amigable y poder realizar diferentes consultas sin tener que recurrir al personal especializado en informática, además se evidenció que los procesos son más eficientes, se mejoraron los tiempos de respuesta y ahorro de talento humano.

De la presente investigación se tomará como referencia la problemática, la cual coincide con la presente investigación. Es importante para las empresas contar con información actualizada que les permita tomar decisiones en favor

de la correcta administración de los procesos. Y servirá de referencia para el desarrollo de la tecnología.

- c) En el año 2013, Castillo Alfaro, Vladimir Sandino realizo la investigación titulada “Desarrollo e Implementación de un Sistema de Soporte de Decisiones para efectivizar la Toma de Decisiones en el Proceso de Ventas de la Empresa Productos Razzeto & Nestorovic S.A.C. desarrollado en la Universidad Alas Peruanas”

En esta investigación se trató el problema de que la información con la que contaba la empresa para el proceso de ventas no era utilizada de manera apropiada al momento de tomar decisiones, el cual limitaba el aumentar su nivel de calidad, buscar mayor participación del mercado, lograr mayor satisfacción de sus clientes, mejorar su competitividad. Se necesitaba reducir enormemente el tiempo que tomaba el solicitar información necesaria para tomar decisiones esto por motivo que la información tenía que solicitarse de diferentes departamentos o a través de los administradores de TI, quienes asignaban a varias personas a integrar distintos reportes. El tiempo de respuesta de las consultas realizadas por el usuario era de varios días incluso semanas, por lo tanto la organización era rica en datos pero pobres en información. El reto fue transformar los datos en información útil, así los empleados podrían utilizar esa información para incrementar la rentabilidad de la compañía.

Como resultado se logró obtener información más adecuada y sólida para la toma de decisiones en el proceso de ventas y contribuir al logro de los objetivos empresariales, así mismo le permitió obtener mejores resultados analizando sus tendencias de ventas, con cifras de años anteriores o con los resultados de otros equipos de ventas y de esta manera sugerir formas de mejorar el desempeño. La fuerza de ventas también se benefició al utilizar BI para analizar datos sobre marcas, clientes y distribuidores es decir enfocarse en clientes y productos altamente rentables.

De la presente investigación se tomará como referencia las dimensiones e indicadores que se manejan en el Área de planificación de Tiendas por Departamento Ripley.

- d) En el año 2012, Jonathan Rodríguez Martínez, realizó la investigación

“Datamart en el proceso de toma de decisiones del área de finanzas de la Municipalidad de Los Olivos”, en la Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

La problemática planteada fue: el área de finanzas depende del área de Gerencia de Tecnologías de Información de la municipalidad de Los Olivos, para la generación de los reportes para la toma de decisiones, ya que no cuenta con el acceso a la información necesaria. La generación de reportes tarda demasiado tiempo en ser elaborados debido a que los reportes que llegan a cada usuario son a manera de listados y no tienen un análisis previo de acuerdo a lo requerido por cada usuario. Insatisfacción de los encargados de la toma de decisiones del área de finanzas al no contar con la disponibilidad de información para realizar el seguimiento de los saldos por cobrar, ni un control adecuado del presupuesto para cerciorarse el cumplimiento de las metas establecidas, tanto para ingresos como para egresos al no tener acceso a la información actualizada requerida para realizar el control de dicho proceso. El objetivo principal de la investigación fue determinar la influencia del datamart en el proceso de toma de decisiones del área de Finanzas de la Municipalidad de Los Olivos. La investigación fue de tipo aplicada, diseño pre-experimental, el método fue cuantitativo deductivo. Obtuvo como resultado: un datamart influye en la disminución del tiempo de generación de reportes requerido para la toma de decisiones del área de finanzas de la municipalidad de Los Olivos, también incrementa el nivel de satisfacción de los usuarios respecto a la información requerida.

De la presente investigación se tomó como referencia la problemática, la Metodología de investigación, aplicada de diseño pre-experimental.

- e) En el año 2012, Zarela Llave en la tesis “DataMart en el proceso de toma de decisiones de la Subgerencia de registro tributario de la Municipalidad distrital de San Martín de Porres”, desarrollada en la Universidad Cesar Vallejo.

Se planteó como objetivo principal implementar un Datamart en el proceso de toma de decisiones de la Subgerencia de Registro Tributario de la Municipalidad Distrital de San Martín de Porres para brindarle una herramienta que facilitará a dicha área en la toma de Decisiones. Con la implantación del Datamart logrará facilitar al área llegar a sus objetivos, tales como: Planeación integral y sistemáticamente todas las actividades que la

institución debe desarrollar en un periodo determinado, controlar y medir los resultados cuantitativos, cualitativos y, fijar responsabilidades en las diferentes dependencias de la institución para lograr el cumplimiento de las metas previstas, coordinar los diferentes centros de costo para que se asegure la marcha de institución en forma integral, planear los resultados de la organización.

De este antecedente se usó parte de las definiciones de Toma de decisiones.

### 1.3. Teorías relacionadas al tema

#### 1.3.1. DataMart

##### **Definición**

Según Salcedo, Galeano, Rodríguez (2010) indica que un DataMart es una parte de un DataWareHouse y que le permite construir en menos tiempo una solución de Soporte de Decisiones. Si el DataWareHouse integra los datos de toda la organización, el DataMart se restringe a un determinado proceso de negocios o departamento.

Por otro lado Cabanillas (2011) nos comenta lo siguiente:

Es un conjunto de datos que son estructurados de una forma que facilite su posterior análisis. Un DataMart contiene la información referente a un área, un tema o una función en particular, con datos relevantes que provienen de las diferentes aplicaciones operacionales. Los dataMarts pueden ser de diversas bases de datos OLAP dependiendo del tipo de análisis que se quiera desarrollar.

Por ultimo Yalan, Palomino (2012) nos comenta lo siguiente:

Un DataMart es una base de datos departamental, especializada en el almacenamiento de los datos de un área de negocio específica. Se caracteriza por disponer la estructura óptima de datos para analizar la información al detalle desde todas las perspectivas que afecten a los procesos de dicho departamento. Un DataMart puede ser alimentado desde los datos de un DataWarehouse, o integrar por sí mismo un compendio de distintas fuentes de información.

##### **Características**

Durand (2014) nos comenta que las características de un DataMart son:

- ✓ **Integrado:** Los datos almacenados en el DataMart deben integrarse en una estructura consistente, por lo que las inconsistencias existentes entre los diversos sistemas operacionales deben ser eliminadas
- ✓ **Temático:** Solo los datos necesarios para el proceso de generación del conocimiento del negocio se integran desde el entorno operacional. Los datos se organizan por temas para facilitar su acceso y entendimiento por parte de los usuarios finales

- ✓ **Histórico:** El tiempo es parte implícita de la información contenida en un DataMart. En los sistemas operacionales, los datos siempre reflejan el estado de la actividad del negocio en el momento presente. Por el contrario, la información almacenada en el Datawarehouse sirve, entre otras cosas, para realizar análisis de tendencias. Por otro lado, el DataMart se carga con los distintos valores que toma una variable en el tiempo para permitir comparaciones
- ✓ **No volatín:** El almacén de información es un DataMart que existe para ser leído, pero no modificado. La información es por tanto permanente, significando la actualización del DataMart y la incorporación de los últimos valores que tomaron las distintas variables contenidas en el sin ningún tipo de acción sobre lo que ya existía.

## Tipos de DataMarts

### DataMart OLAP (On-Line Analytical Processing)

Durand (2014) nos dice que:

Los sistemas OLAP son bases de datos orientadas al procesamiento analítico. Este análisis suele implicar, generalmente, la lectura de grandes cantidades de datos para llegar a extraer algún tipo de información útil: tendencias de ventas, patrones de comportamiento de los consumidores, elaboración de informes complejos, etc. Este sistema es típico de los DataMart.

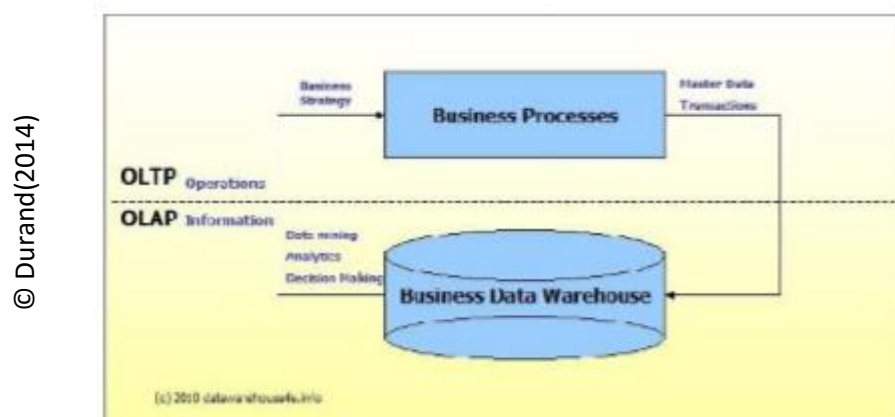


Figura N°3: Sistemas OLAP y OLTP

Por otro lado Yalan, Palomino (2012) nos comentan que:

Se basan en los populares cubos OLAP, que se construyen agregando, según los

requisitos de cada área o departamento, las dimensiones y los indicadores necesarios de cada cubo relacional.

### **DataMart OLTP (On-Line Transaction Processing)**

Durand (2014) lo define de la siguiente manera:

Los sistemas OLTP son bases de datos orientadas al procesamiento de transacciones. Una transacción genera un proceso atómico [...] y que puede involucrar operaciones de inserción, modificación y borrado de datos. El proceso transaccional es típico de las bases de datos operacionales.

Paitan (2011) nos comenta lo siguiente

Los sistemas de tipo OLTP lo conforman todos los sistemas de información que ejecutan datos operacionales del día a día y maximizan la capacidad de procedimiento de transacciones. Estos sistemas realizan principales 3 tipos de acciones sobre una base de datos, las cuales son INSERT, DELETE y UPDATE que se manejan a nivel de transacciones.

Por otro lado Yalan, Palomino (2012) nos comentan que:

Pueden basarse en un simple extracto del DataWarehouse, no obstante, lo común es introducir mejoras en su rendimiento (las agregaciones y los filtrados suelen ser las operaciones más usuales) aprovechando las características particulares de cada área de la empresa.

Los Datamarts que están dotados con estas estructuras óptimas de análisis presentan las siguientes ventajas:

- Poco volumen de datos
- Mayor rapidez de consulta
- Validación directa de la información
- Facilidad para la historización de los datos

### **ETL (Extract, Transform and Load)**

Según Sivaganesh, Chandra (2012) afirman que:

El ETL es el responsable de extraer la información o los datos de diferentes áreas, la personalización, la función de transformación de los datos y, finalmente, la carga en el almacén de datos. El implementar el escenario de un ETL es un



proceso por etapas, que contiene sus relaciones, atributos y las transformaciones entre ellos. Los procesos ETL manejan el gran volumen de datos y gestión de la carga de trabajo.

Sánchez (2014) nos define cada etapa del ETL de la siguiente manera:

**Extraer:** Consiste en identificar la información a partir de los sistemas fuentes:

- Bases de Datos Transaccionales
- Hojas de Calculo
- Archivos Texto
- XML

**Transformar:** A partir de la información identificada para extraer, se le tiene que dar forma a los datos, de tal manera que estén preparados para ser poblados en los Data Marts respectivos. En algunos casos tanto el origen como el destino coinciden directamente, pero en otros es necesario realizar las transformaciones propias.

**Cargar:** La fase de carga es el momento en el cual los datos de la fase anterior son cargados en el destino. Dependiendo de los requerimientos de la organización, este proceso puede abarcar una amplia variedad de procesos diferentes. Algunos almacenes de datos sobrescriben información antigua con nuevos datos.

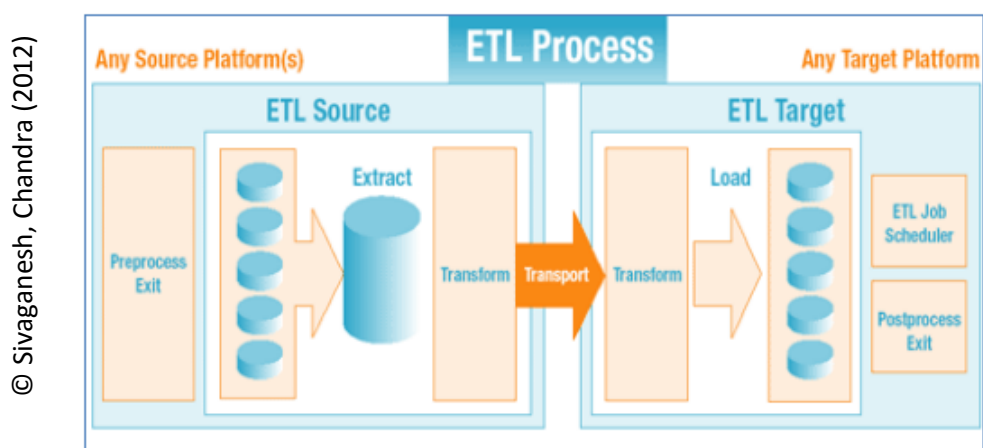


Figura N°4: Flujo de Trabajo ETL

## Herramientas de desarrollo

### Microsoft BI

Es una plataforma completa para el análisis de datos e inteligencia de negocios, está basada en Microsoft SQL Server y proporciona capacidades de reportes, análisis e integración de datos sin precedente.

Sus herramientas son fáciles de utilizar ya que interactúan con asistentes y permiten realizar productos muy amigables al usuario. Soporta la ejecución de Dashboards y reportes en tiempo real y lo que es un mejor se integran fácilmente con Microsoft Excel y SharePoint.

#### Plataforma BI Microsoft:

- SQL Server DBMS: El motor de datos SQL Server constituye el núcleo de esta solución de administración de datos empresariales.
- SQL Server Integration Services: puede extraer y transformar datos de muchos orígenes distintos, como archivos de datos XML, archivos planos y orígenes de datos relacionales, y, posteriormente, cargarlos en uno o varios destinos.
- SQL Server Analysis Services: Proporciona procesamiento analítico en línea (OLAP) y minería de datos para soluciones de inteligencia de negocios.
- SQL Server Reporting Services: herramienta de reportes basada en servidores, la misma que puede ser empleada para crear y administrar reportes tabulares, de matrices, gráficos y de libre formato, la información de estos reportes pueden provenir de diferentes orígenes de datos.

### Pentaho

Es una herramienta de Business Intelligence desarrollada bajo la filosofía del software libre para la gestión y toma de decisiones empresariales. Es una plataforma compuesta de diferentes programas que satisfacen los requisitos de BI. Ofreciendo soluciones para la gestión y análisis de la información, incluyendo el análisis multidimensional OLAP, presentación de informes, minería de datos y creación de cuadros de mando para el usuario.

La plataforma ha sido desarrollada bajo el lenguaje de programación Java y tiene un ambiente de implementación también basado en Java, haciendo así que Pentaho sea una solución muy flexible al cubrir una alta gama de necesidades empresariales.

### 1.3.2. Soporte a la Toma de Decisiones en el Área de Planificación

#### Definición

Es el medio de ayuda y/o apoyo para que mediante una serie de instrumentos permita tomar decisiones dentro de una organización, esta acción toma herramientas informáticas con el fin de apoyar el proceso de toma de decisiones. (Alegre y Gálvez, 1996, p. 59)

Según Piera (2005), cada vez que se toma una decisión respecto a una variable debe tenerse en cuenta el alcance que tendrá, para determinar en qué manera afectará a las otras variables relacionadas íntimamente con la inicial. Para una adecuada toma de decisiones es necesario el uso de herramientas analíticas para el soporte, cuando es número elevado de variables involucradas en el proceso (p. 7-8).

Elías y Zorrilla (2010), definieron el soporte a la toma de decisiones a razón de que los socios y gerentes de una empresa son responsables de los hombres, dinero, maquinaria, materiales y métodos a su disposición, es por ello que para determinar su uso y alcanzar los objetivos de la empresa, deben tomarse constantes decisiones que un momento dado. Estas decisiones pueden tener repercusiones tanto internas (en cuanto a utilidades, productos, personas, etc.) como externas (relación con proveedores, la economía, clientes, etc.) de la organización (p. 24).

#### Etapas de la Toma de Decisiones

Según Vitt (2003). El proceso de toma de decisiones tiene cuatro diferentes etapas (Figura 3), las cuales son:

- **Inteligencia:** Consiste en identificar y comprender el problema. En esta etapa se investiga el ambiente, tanto específico como general, así como vigilar la actividad interna de la empresa con el fin de no sólo conocer el problema sino también la causa del mismo.
- **Diseño:** Se trata de elaborar las distintas acciones para resolver el problema planteado en la fase anterior. En esta etapa la experiencia es un

a ventaja, aunque puede verse mermada por los cambios en el entorno, siendo la innovación y creatividad de mayor importancia en esta etapa.

- **Selección:** elegir entre todas las alternativas posibles, la que contribuye mejor a la obtención del objetivo perseguido. Esta elección se lleva a cabo bajo un criterio determinado dependiendo de la posición del sujeto decisor y la información de la que se parte para obtener las distintas alternativas.
- **Implementación:** se vigila la ejecución de la acción adoptada, y se procede a realizar las correcciones en caso sea necesario (p.128).

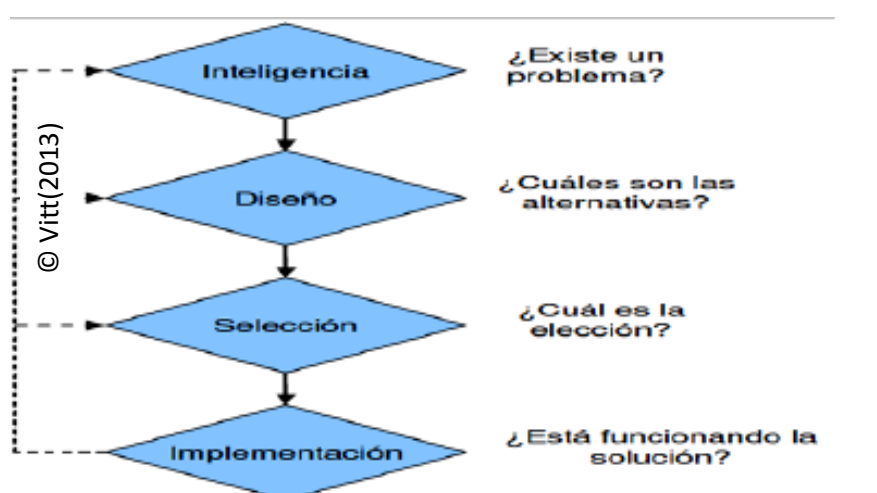


Figura N°5: Proceso Toma de Decisiones

### Área de Planificación y Reposición:

Según el **ROF** "Reglamento de Organización y Funciones" (2015) define:

**Artículo 98°.-**Planificación es la área encargada de llevar el control del presupuesto de la organización y dar seguimiento al cumplimiento de los objetivos definidos por el directorio. Está a cargo del Gerente de Planificación quien depende del Gerente General Retail.

**Artículo 100°.-**La Gerencia de Planificación está a cargo de un Ingeniero Industrial y/o Sistemas designado por el Gerente General.

### Procesos del Área de Planificación.

Según el **ROF** "Reglamento de Organización y Funciones" (2015) define:

**Artículo 103°.-**Son Funciones del Área de Planificación:

- a) Elaborar el Plan de Compras.
- b) Realizar la proyección y dar seguimiento a las Ventas.
- c) Controlar el presupuesto de compras auditando las recepciones en el Centro de Distribución.
- d) Coordinar con Comercio Exterior las recepciones de mercadería según los embarques planificación.
- e) Controlar los Descuentos y promociones que se aplican a los productos considerando la contribución (ganancia) a la vez gestionando los rebates.
- f) Coordinar con el Área Comercial con el fin de gestionar los proveedores y administrar los embarques de compra.
- g) Controlar la reposición de la mercadería considerando la estrategia comercial y la capacidad Máxima.

### Planificación

Según Gutiérrez (2015) nos dice que La planificación se puede definir como un proceso bien meditado y con una ejecución metódica y estructurada, con el fin de obtener un objetivo determinado, la planificación en un sentido un poco más amplio, podría tener más de un objetivo, de forma que una misma planificación organizada podría dar, mediante la ejecución de varias tareas iguales, o complementarias, una serie de objetivos. Cuanto mayor sea el grado de planificación, más fácil será obtener los máximos objetivos con el menor esfuerzo.

### Reposición

Según Quin (2012) nos dice la reposición es una de las principales tareas dentro de una tienda Retail, esto quiere decir que, cuando un producto se agota ya que los consumidores han comprado todo el stock disponible, el reponedor debe ir al depósito a buscar más unidades; es un proceso que se realiza mediante una estrategia comercial.

### Indicador: Incremento de Ganancias

Según Gutiérrez (2015) nos comenta que las ganancias se calculan de la siguiente manera: las ventas semana a semana menos las venta al costo todo esto sobre las ventas semana a semana.

$$\% \text{ Ganancia} = \frac{(Vta \text{ Dscto}(i) - Vta \text{ Costo}(i))}{Vta \text{ Dscto}(i)}$$

**Dónde:**

**%Ganancia:** Porcentaje de Ganancia

**Vta Costo:** Venta al Costo por semana.

**Vta Dscto:** Venta con Descuento por semana.

**Indicador: Rotación de Stock**

Según Piccini (2013) nos dice que la rotación del Stock está en base a la venta y la capacidad máxima de almacenaje; a la vez se debe considerar la UME (Unidad Mínima de Reposición) para realizar una reposición más exacta.

$$\text{Rotacion de Stock} = \frac{\text{Und Com}}{\text{Curva Tda} \times \text{Curva Min}}$$

**Dónde:**

**Rotación de Stock:** Número de Veces que deberá rotar un producto.

**Und Com:** Unidades de Compra.

**Curva Tda:** Unidad mínima sugerida por Tienda

**Curva Min:** Factor de Exhibición por cada talla de un producto

### 1.3.3. Metodología para el desarrollo del DataMart

#### Hefesto

Según Bernabeu (2010), es una metodología propia, cuya propuesta esta fundamentada en una muy amplia investigación, comparación de metodologías existentes, experiencias propias en procesos de confección de almacenes de datos. También afirma de HEFESTO está en continua evolución, y se han tenido en cuenta, como gran valor agregado, todos los feedbacks que han aportado quienes han utilizado esta metodología en diversos países y con diversos fines (p.128).

La metodología HEFESTO, según Bernabeu tiene las siguientes fases:

#### Fases

##### a) Analisis de Requerimientos

Para Bernabeu (2010), indica lo siguiente: Lo primero que se realizara es identificar los requerimientos de los usuarios a través de preguntas que expliciten los objetivos de su organización. Luego, se analizaran estas preguntas a fin de identificar cuáles serán los indicadores y perspectivas que serán tomadas en cuenta para la construcción del DW.Finalmente se confeccionara un modelo conceptual en donde se podrá visualizar el resultado obtenido en este primer paso. Es muy importante tener en cuenta que HEFESTO se puede utilizar para construir un Datawarehouse o un DataMart a la vez [...].

© Bernabeu (2010)

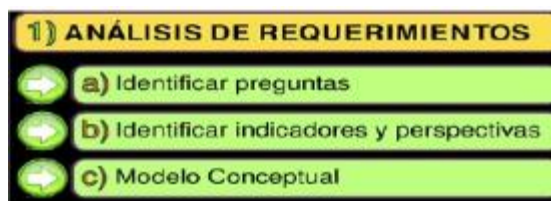


Figura N°6: Análisis de Requerimiento

##### b) Análisis de los OLTP

Según Bernabeu (2010), se analizarán las fuentes OLTP calculadas los

indicadores y para establecer las respectivas correspondencias entre el modelo conceptual creado en el paso anterior y las fuentes de datos. Luego, se definirán qué campos se incluirán en cada perspectiva. Finalmente, se ampliará el modelo conceptual con la información obtenida en este paso (p.93)

© Bernabeu (2010)



Figura N°7: Análisis de los OLTP

### c) Modelo Lógico del DW

Bernabeu (2010). Indica lo siguiente: Se confeccionará el modelo lógico de la estructura del DW, teniendo como base el modelo conceptual que ya ha sido creado. Para ello, primero se definirá el tipo de modelo que se utilizará y luego se llevarán a cabo las acciones propias al caso, para diseñar las tablas de dimensiones y de hechos. Finalmente, se realizarán las uniones pertinentes entre estas tablas (p.99)

© Bernabeu (2010)



Figura N°8: Modelo Lógico del DW

### d) Integración de Datos

Según Bernabeu (2010). Una vez construido el modelo lógico, se deberá procederá poblarlo con datos, utilizando técnicas de limpieza y calidad de datos, procesos ETL, etc.; luego se definirán las reglas y políticas para su respectiva actualización, así como también los procesos que la llevarán a cabo (p.105)





Figura N°9: Integración de Datos

### Ralph Kimball

Según Durand (2014) se basa en lo que se denomina Ciclo de Vida Dimensional del Negocio. Esta metodología es considerada una de las técnicas favoritas a la hora de construir un Datawarehouse. En el Modelo Dimensional se constituyen modelos de tablas y relaciones con el propósito de optimizar la toma de decisiones, con base en las consultas hechas en una base de datos relacional que están ligadas con la medición o un conjunto de mediciones de los resultados de los procesos de negocio. El Modelo Dimensional es una técnica de diseño lógico que tiene como objetivo presentar los datos dentro de un marco de trabajo estándar e intuitivo, para permitir su acceso con un alto rendimiento. Cada Modelo Dimensional está compuesta por una tabla con una llave combinada, llamada tabla de hechos, y con un conjunto de tablas más pequeñas llamadas tablas de dimensiones (p.35).

La metodología RALPH KIMBALL, según Durand define los siguientes elementos para las tablas:

#### Elementos

##### a) Hechos:

Según Durand (2014) es una colección de piezas de datos y datos de contexto. Cada Hecho representa una parte del negocio, una transacción o un evento. (p.35)

##### b) Dimensiones:

Según Durand (2014) es una colección de miembros, unidades o individuos del mismo tipo (p.35)

##### c) Medidas:

Según Durand (2014) son atributos numéricos de un hecho que representan el comportamiento del negocio relativo a una dimensión. (p.36)

## **Fases**

### **a) Planificación del Proyecto**

Según Rojas (2014) se busca identificar la definición y el alcance del proyecto de Datawarehouse, también justificaciones del negocio y evaluaciones de factibilidad. La planificación del proyecto se focaliza sobre recursos, perfiles, tareas, duraciones y secuencialidad. [...].Esta etapa se concentra sobre la definición del proyecto. Según sentencia Kimball, “Antes de comenzar un proyecto de DataWarehouse o Data Mart, hay que estar seguro si existe la demanda y de dónde proviene. Si no se tiene un sólido usuario sponsor y no hay usuarios entusiasmados, posponga el proyecto”. (p.26).

### **b) Definición de los requerimientos del negocio**

Según Durand (2014) nos dice que, es un factor determinante en el éxito de un proceso de DWH. Los diseñadores de los Datawarehouse deben tener en claro cuáles son los factores claves que guían el negocio para determinar efectivamente los requerimientos y traducirlos en consideraciones de diseño apropiadas. (p.38)

### **c) Modelado dimensional**

Según Sánchez (2014) nos dice que la definición de los requerimientos del negocio determina los datos necesarios para cumplir los requerimientos analíticos de los usuarios. Diseñar los modelos de datos para soportar estos análisis requiere un enfoque diferente al usado en los sistemas operacionales (p.60).

### **d) Diseño Físico**

Según Sánchez (2014) nos comenta que, el diseño físico de la base de datos se focaliza sobre la selección de las estructuras necesarias para soportar el diseño lógico. Un elemento principal de este proceso es la definición de estándares del entorno de la base de datos (p.60).

### **e) Diseño e implementación del subsistema ET L**

Según Durand (2014) nos dice que tiene como principales actividades la extracción, transformación y carga (ETL). Estas actividades son altamente críticas ya que tienen que ver con la materia prima del Datawarehouse que son los datos (p.38).

### **f) Diseño de la arquitectura técnica**

Según Rojas (2014) dice que se debe tener en cuenta tres factores: los

requerimientos del negocio, los actuales ambientes técnicos y las directrices técnicas estratégicas futuras planificadas para de esta forma poder establecer el diseño de la arquitectura técnica del ambiente de Data Warehousing. Del mismo modo, que en una construcción, los planos sirven para comunicar los deseos entre los clientes y el arquitecto, como así también para medir esfuerzo y materiales necesarios para la obra (comunicación, planificación, flexibilidad y mantenimiento, documentación, productividad y rehúso). Finalmente, argumenta Kimball, “Un buen conjunto de planos, como cualquier buena documentación, nos ayudara más tarde cuando sea tiempo de remodelar o hacer incorporaciones” (p.29).

#### **g) Selección de Productos e Instalación**

Según Sánchez(2014) nos comenta que utilizando el diseño de arquitectura técnica como marco es necesario evaluar y seleccionar los componentes específicos de la arquitectura, como la plataforma de hardware, el motor de base de datos, la herramienta de ETL, las herramientas de acceso, etc. (p.61).

#### **h) Especificación de Aplicaciones para Usuarios Finales**

Según Sánchez (2014) nos dice que, no todos los usuarios del Data Warehouse necesitan el mismo nivel de análisis. Es por ello que en esta etapa se identifican los roles o perfiles de usuarios para los diferentes tipos de aplicaciones necesarias en base al alcance de los perfiles detectados (gerencial, analista del negocio, vendedor, etc.). (p.61).

#### **i) Desarrollo de Aplicaciones para Usuarios Finales**

Según Sánchez (2014), a continuación de la especificación de las aplicaciones para usuarios finales, el desarrollo de las aplicaciones de los usuarios finales involucra configuraciones de los metadatos y construcción de reportes específicos. (p.61).

#### **j) Implementación**

Según Durand (2014) nos dice que Representa el correcto funcionamiento de la tecnología, los datos y las aplicaciones de usuarios finales accesibles para el usuario del negocio. (p.40).

#### **k) Mantenimiento y crecimiento**

Según Durand (2014) nos dice que, es un proceso (de etapas bien definidas, con comienzo y fin, pero de naturaleza espiral) que acompaña a la evolución de la organización durante toda su historia. Se necesita continuar con las actualizaciones de forma constante para poder seguir la evolución de las metas por conseguir. (p.61)

## I) Gestión del Proyecto

Según Durand (2014) nos dice que la gestión del proyecto asegura que las actividades del ciclo de vida se lleven a cabo de manera sincronizada. (p.62).

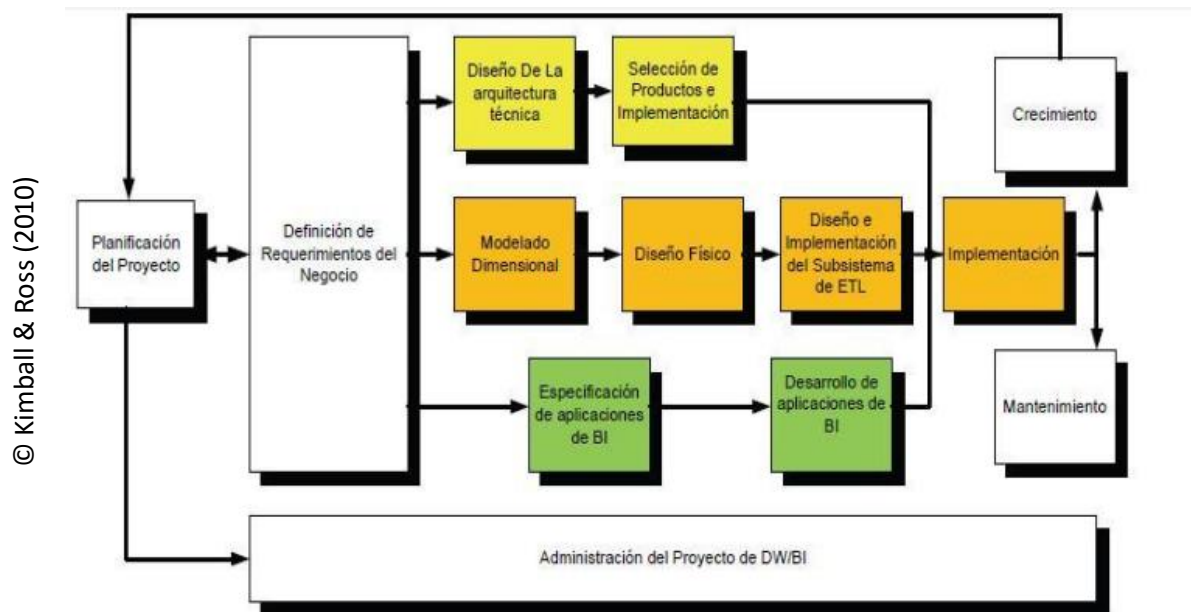


Figura N° 10: Etapas de la metodología de Kimball, denominada Business Dimensional Lifecycle.

### Bill Inmon

Según los autores Inmon, Strauss y Neushloss (2010) nos dicen que Bill Inmon ve la necesidad de transferir la información de los diferentes OLTP (Sistemas Transaccionales) de las organizaciones a un lugar centralizado donde los datos puedan ser utilizados para el análisis.

La Metodología Bill Inmon según Sánchez tiene las siguientes características:

### Características

#### a) Orientado a temas:

Según Sánchez (2014) los datos en la base de datos están organizados de manera que todos los elementos de datos relativos al mismo evento u objeto del mundo real queden unidos entre sí. (p.63).

#### b) Integrado:

Según Sánchez (2014) La base de datos contiene los datos de todos los sistemas operacionales de la organización, y dichos datos deben ser consistentes. (p.63).

**c) No volátil:**

Según Sánchez (2014) La información no se modifica ni se elimina, una vez almacenado un dato, éste se convierte en información de sólo lectura, y se mantiene para futuras consultas. (p.63).

**d) Variante en el tiempo:**

Según Sánchez (2014) Los cambios producidos en los datos a lo largo del tiempo quedan registrados para que los informes que se puedan generar reflejen esas variaciones. (p.63).

De acuerdo a las metodologías más relevantes de desarrollo de software, se aplicó la validación de expertos en ingeniería, tal como se muestra en la siguiente:

Tabla N°1: Evaluación de Metodología

Experto	Metodología		
	Hefesto	Kimball	Inmon
Dr. Santiago Contreras Aranda	73	74	66
Mg. Percy Bravo Baldeon	81	91	80
Mg. Juanita, Cueva Villavicencio	84	90	75

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo al presente proyecto de investigación y los resultados obtenidos, se determina como metodología de desarrollo del datamart a Kimball.

#### **1.4. Formulación del problema**

##### **Problema Principal:**

- ¿De qué manera influye un DataMart para el soporte a la toma de decisiones del área de planificación de Tiendas por Departamento Ripley?

##### **Problemas Secundarios:**

- ¿De qué manera influye un DataMart en el incremento de las ganancias de Tiendas por Departamento Ripley?
- ¿De qué manera influye un DataMart en mejorar la rotación de Stock de los productos en Tiendas por Departamento Ripley?

## 1.5. Justificación del estudio

### Justificación Tecnológica:

En la actualidad, la información se ha convertido en un bien muypreciado, las empresas buscan emplear dicha información para generar conocimiento útil dirigido a la mejora de sus procesos empresariales. De esta forma, la ventaja competitiva de las organizaciones radica en la forma de interpretar la información y convertirla en un elemento diferencial. (García, 2012, p.145).

Tecnológicamente es justificable debido a que Tiendas por Departamento de Ripley, contara con un Datamart para la toma de decisiones del Área de Planificación, integrando los datos para mejorar la visibilidad del estado de la organización y tener exactitud en los indicadores.

### Justificación Económica:

Con esta investigación permitirá tomar mejores decisiones, las cuales permitirán plantear nuevas estrategias, principalmente en aplicar pautas que incrementen las ganancias y mejoren la rotación de stock de los productos, puesto que es la fuente principal de ingreso de Tiendas por Departamento Ripley. Para Ramos (2011), afirma la importancia de los sistemas Business Intelligence los cuales ofrecen reportes de información más rápidos y nuevas maneras de analizar la data; mencionando el caso de la empresa Stein Mart la cual luego de implementar un Datawarehouse redujo aproximadamente \$600,000 en sus costos de operaciones de tecnológicas de información, debido a la reducción de personal necesario para elaborar los reportes necesarios y el mantenimiento del Datawarehouse (p.195).

### Justificación Institucional:

Esta herramienta facilita el acceso de una gran cantidad de información previamente analizada y disponible al ser requerida, con la cual se toman decisiones más acertadas (Méndez, 2006, p.51), lo que contribuye a una mejor gestión. Con mejores decisiones en la Gerencia de Planificación se podrá gestionar óptimamente las ventas y el stock, lo que contribuirá a incrementar las ganancias y mejorar la rotación de stock de los productos. A su vez mejorara el comportamiento de la empresa en el mercado retail con el fin de alcanzar la meta de venta trazada en la temporada.

### Justificación Operativa:

Los reportes y tableros de control elaborados contendrán gráficos e indicadores de gestión que ayudaran a los usuarios finales en la toma de decisiones (Zambrano, 2011, p.4). A su vez se verá traducida en mejores contactos, buena recepción por parte de los gerentes y la alta dirección de la organización entre otros beneficios que pueda llevar a la empresa obtener un aumento en su contribución. Con el Datamart se tendrá integración de la información mediante la cual se realizarán las consultas con mayor rapidez y seguridad en el proceso de toma de decisiones del Área de planificación de Tiendas por Departamento Ripley.



## **1.6. Hipótesis**

### **Hipótesis General:**

**Ha:** Un DataMart da soporte a la toma de decisiones en el área de planificación de Tiendas por Departamento Ripley.

### **Hipótesis Específicas:**

**H1:** Un DataMart permite incrementar las ganancias de Tiendas por Departamento Ripley.

**H2:** Un DataMart permite mejorar la rotación del stock de los productos en Tiendas por Departamento Ripley.

## **1.7. Objetivos**

### **Objetivo General:**

- Determinar la influencia de un DataMart como soporte a la toma de decisiones en el área de planificación de Tiendas por Departamento Ripley.

### **Objetivos Específicos:**

- Determinar la influencia de un DataMart en el incremento de las ganancias de Tiendas por Departamento Ripley.
- Determinar la influencia de un DataMart en mejorar la rotación de stock de los productos en Tiendas por Departamento Ripley.

## II. MÉTODO

## 2.1. Diseño de investigación

### Tipo de Estudio

Según Rodríguez (2005, p.23) nos dicen que:

“A la investigación Aplicada se le denomina también activa o dinámica y se encuentra íntimamente ligada a la anterior ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos. Aquí se aplica la investigación a problemas concretos, en circunstancias y características concretas. Esta forma de investigación se dirige a una utilización inmediata y no al desarrollo de teóricas.”

La presente investigación según su finalidad es *Aplicada* (El contenido está relacionado con una situación real/actual, es decir; la influencia de un DataMart como soporte para la toma de decisiones)

### Diseño de Estudio

Además Rodríguez (2005, p.25) nos comenta que la Investigación Pre-Experimental:

“Se refiere a una investigación prospectiva. Se presenta mediante la manipulación de una variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causa se produce una situación o acontecimiento particular. [...]En el experimento, el investigador maneja de manera deliberada la variable experimental y luego observa lo que ocurre en condiciones controladas.”

La presente investigación es de Diseño *pre-experimental* (Se recogerán muestras dentro de una población para determinar si DataMart influye como soporte para la toma de decisiones en el Área de Planificación), es de tipo cuasi experimental (Controla los datos sin aleatorización, utiliza dos grupos de una población para realizar un análisis estadístico cuya información fue recogida de encuestas, entrevistas y observación, de la cual se va a obtener un resultado comprobando así la hipótesis o anulándola).

Según Hernández, Fernández y Bautista (2010), “el diseño de pre prueba y pos prueba se basa en un solo grupo de control cuyo grado de control es mínimo y que generalmente es útil como un primer acercamiento al problema de

investigación en la realidad, así mismo que es probable que en grupos se presenta la maduración (fatiga, aburrimiento, etcétera)".



**Dónde:**

O1: Área de Admisión Antes de la aplicación.

X: Aplicación del Sistema de Información.

O2: Área de Admisión Después de la aplicación

## 2.2. Variables, operacionalización

### Definición Operacional:

Se muestra la siguiente tabla para las definiciones operacionales.

Variable	Concepto	Dimensión	Indicador
Datamart	Según Cabanillas (2011) nos dice que es un conjunto de datos que son estructurados de una forma que facilite su posterior análisis. Un DataMart contiene la información referente a un área, un tema o una función en particular, con datos relevantes que provienen de las diferentes aplicaciones operacionales. Los DataMarts pueden ser de diversas bases de datos OLAP dependiendo del tipo de análisis que se quiera desarrollar.		
Área de Planificación	Según Gutiérrez (2015) nos dice que La planificación se puede definir como un proceso bien meditado y con una ejecución metódica y estructurada, con el fin el obtener un objetivo determinado, la planificación en un sentido un poco más amplio, podría tener más de un objetivo, de forma que una misma planificación organizada podría dar, mediante la ejecución de varias tareas iguales, o complementarias, una serie de objetivos. Cuanto mayor sea el grado de planificación, más fácil será obtener los máximos objetivos con el menor esfuerzo.	Planificación	Incremento de Ganancias
		Reposición	Rotación de Stock

**Indicadores**

Variable	Dimensión	Indicador	Unidad De Medida	Instrumento	Definición	Formula
Toma de Decisiones en el Área de Planificación	Planificación	Incremento de ganancias	Marcas	Reporte	Según Donnellan (2005, p369), nos comenta que las ganancias o también llamado Gross Margin en el Sector Retail, es el artefacto que podemos estimar mediante el comportamiento actual de las ventas semana a semana y el cruce con los gastos realizados(Costos).	$\% \text{ Ganancia} = \frac{(Vta \text{ Dscto}(i) - Vta \text{ Costo}(i))}{Vta \text{ Dscto}(i)}$ <p><b>Dónde:</b>  <b>%Ganancia:</b> Porcentaje de Ganancia  <b>Vta. Costo:</b> Venta al Costo por semana.  <b>Vta. Dscto:</b> Venta con Descuento por semana.</p>
	Reposición	Rotación de Stock	Productos	Reporte	Según Piccini (2005,84) nos dice la rotación del Stock está en base a la distribución que se haga de cada producto, cada reposición está en base a las unidades que se haya comprado menor cantidad de reposición de un producto menos días de inventario.	$Rotacion \ Stock = \frac{Und \ Com}{Curva \ Tda \ x \ Curva \ Min}$ <p><b>Dónde:</b>  <b>Rotación de Stock:</b> Número de Veces que deberá rotar un producto.  <b>Und Com:</b> Unidades de Compra.  <b>Curva Tda:</b> Unidad mínima sugerida por Tienda  <b>Curva Min:</b> Factor de Exhibición por cada talla de un producto</p>

## 2.3. Población y muestra

### a) Población

Según Hernández (2001, p.127) nos comente lo siguiente:

“[...] se puede definir como un conjunto de unidades o ítems que comparten algunas notas o peculiaridad que se desean estudiar. Esta información puede darse en medias o datos porcentuales. La población es una investigación estadística se define arbitrariamente en función de sus propiedades particulares. [...]”

### b) Muestra

Según Hernández (2001, p.127) nos comente lo siguiente:

[...] es una parte, más o menos grande, pero representativa de un conjunto o población, cuyas características deben reproducirse lo más aproximado posible. Científicamente, las muestras son parte de un conjunto (población) metódicamente seleccionada que se somete a ciertos contrastes estadísticos para inferir resultados sobre la totalidad del universo investigado.

La muestra es una parte de la población calculado mediante algún criterio o formula que nos permite realizar el estudio de la investigación más práctica. Se ha logrado obtener mediante el muestreo por conglomerado y sigue el siguiente procedimiento:

$$n = \frac{NZ^2 P(1 - P)}{(N - 1) e^2 + Z^2 + P(1 - P)}$$

### Rotación de Stock

**Dónde:**

N=3500 productos (POBLACION)

Z=NIVEL DE CONFIANZA (95% = 1.96)

P=PROPORCION 0.5

e = Error máximo aceptable =0.03

$$n = \frac{3500 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5(1 - 0.5)}{(3500 - 1) 0.03^2 + 1.96^2 + 0.5(1 - 0.5)} = \frac{3361.4}{4.2407} = 464.236883 = 464$$



El tamaño de la muestra para evaluar el incremento de la rotación de stock es de 464 producto por tienda que se obtuvo mediante la aplicación de la formula anterior.

### **Incremento de Ganancias**

#### **Dónde:**

N=371 marcas (POBLACION)

Z=NIVEL DE CONFIANZA (95% = 1.96)

P=PROPORCION 0.5

e = Error máximo aceptable =0.03

$$n = \frac{371 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5(1 - 0.5)}{(371 - 1) 0.03^2 + 1.96^2 + 0.5(1 - 0.5)} = \frac{356}{4.4246} = 80.5289518 \sim 80$$

El tamaño de la muestra para evaluar el incremento de ganancias es de 80 marcas que se obtuvo mediante la aplicación de la formula anterior.

Según mencionan los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014, pp.175-176), existen dos grandes ramas en el cual las muestras se pueden categorizar. Estas son las siguientes:

**a) Muestras Probabilísticas:** Una muestra se considera probabilística cuando todos los elementos o individuos de la población tienen las mismas posibilidades de ser escogidos, y posterior a ello ser tomados para la muestra.

**b) Muestras no Probabilísticas:** Una muestra se considera no probabilística cuando la elección de los elementos o individuos de la población no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o intención del investigador.

#### **c) Muestreo**

Para este estudio se utilizó el muestreo no probabilístico, para ello se seleccionó directa e intencionalmente los 464 productos y 80 marcas para la toma de decisiones y que estén en la Sucursal del Jockey Plaza de Tiendas por Departamento Ripley por ser la que genera más movimiento en ventas.

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### Técnicas

- **Entrevista:**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010, p.418), "Una entrevista se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados).

### Instrumentos de recolección de datos

- **Reporte:**

Según Piccini (2013), "El reporte puede ser la conclusión de una investigación previa o adoptar una estructura de problema-solución en base a una serie de preguntas. En el caso de los informes impresos, el texto suele ir acompañado por gráficos, diagramas, tablas de contenido y notas al pie de página

### Validez y Confiabilidad

- **Validez :**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006, p.277), "indica que la validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir"

La validez del instrumento de recolección de datos de la presente investigación pasara por una validación a través de los juicios de expertos de 3 asesores (Anexo 06) y será evaluado mediante la matriz de consistencia (Anexo 08).

Experto	Reporte de Incremento de Ganancias	Reporte de Rotación de Stock
Dr. Contreras Aranda, Santiago	90.5	92.5

Mg. Bravo Baldeon, Percy	90.5	88.5
Mg. Cueva Villavicencio, Juanita	87.5	88.5

- **Confiabilidad:**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006, p.277), "indica que la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo que sujeto u objeto produce resultados iguales".

## 2.5. Métodos de análisis de datos

Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan distintos análisis que pueden efectuarse.

- Estadística Descriptiva
- Puntuaciones "Z".
- Razones y tasas.
- Estadística inferencial.
- Análisis paramétricos.
- Análisis no paramétricos.
- Estadística multivariada

Según Wigodski (2010) La estadística descriptiva son "procedimientos empleados para organizar y resumir conjuntos de observaciones en forma cuantitativa. El resumen de los puede hacerse mediante tablas, gráficos o valores numéricos. Los conjuntos de datos que contienen observaciones de más de una variable permiten estudiar la relación o asociación que existe entre ellas."

En el presente proyecto de investigación se trabajará con la Estadística Descriptiva.

## 2.6. Aspectos éticos

El investigador guarda discreción de la información brindada y/o obtenida por parte de Tiendas por Departamento Ripley. Así mismo se mantendrá totalmente en

confidencialidad la información que contenga la solución informática.

## III. RESULTADOS

## IV. DISCUSIÓN

## V. CONCLUSIÓN

VI.

## **VI. RECOMENDACIONES**

## VII. PROPUESTA



## **VIII. REFERENCIAS ANEXOS**

## **a) Instrumentos**

## **b) Validación de los instrumentos**

**c) Matriz de consistencia**

## d) Desarrollo de la Metodología

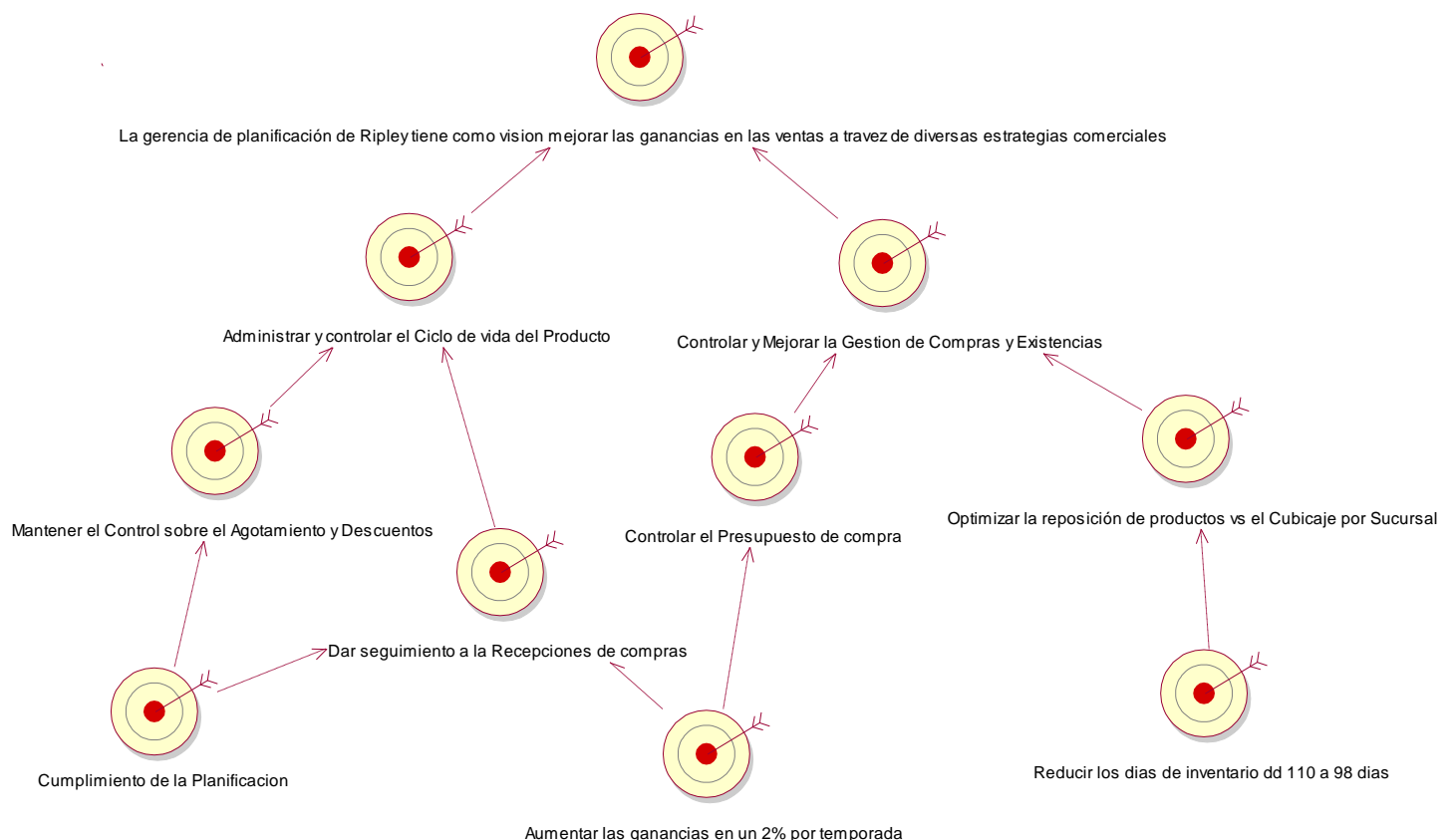
### 1. Definición de Requerimientos del Negocio:

#### 1.1. Modelado del Negocio

A continuación se describe los procesos de negocios que se trabajaran:

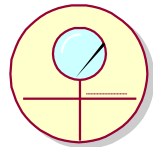
- Planificación de Compra
- Proyección de Ventas
- Reposición de Productos
- Control de Stock
- Administración del Agotamiento
- Administración de Descuentos

##### 1.1.1. Diagrama de Visión, Objetivos y Metas de la Gerencia de Planificación.



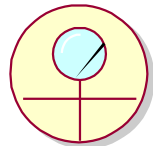
##### 1.1.2. Actores de Negocio:

- Planner
- Inventory Manager
- Controller
- Comprador



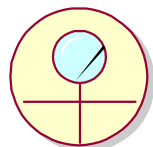
Planner

Usuario responsable de planificar la compra, proyectar las ventas, dar seguimiento al agotamiento, administrar los descuentos y controlar la compras.



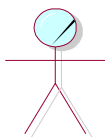
Controller

Usuario responsable de planificar la compra, proyectar las ventas, dar seguimiento al agotamiento, administrar los descuentos y controlar la compras, además de Administrar la reposición de los productos y el control de Stock.



Inventory Manager

Usuario responsable de administrar la reposición de los productos a las sucursales y control el Stock.

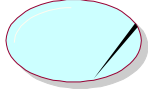
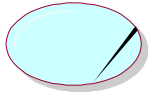
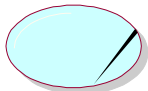


Comprador

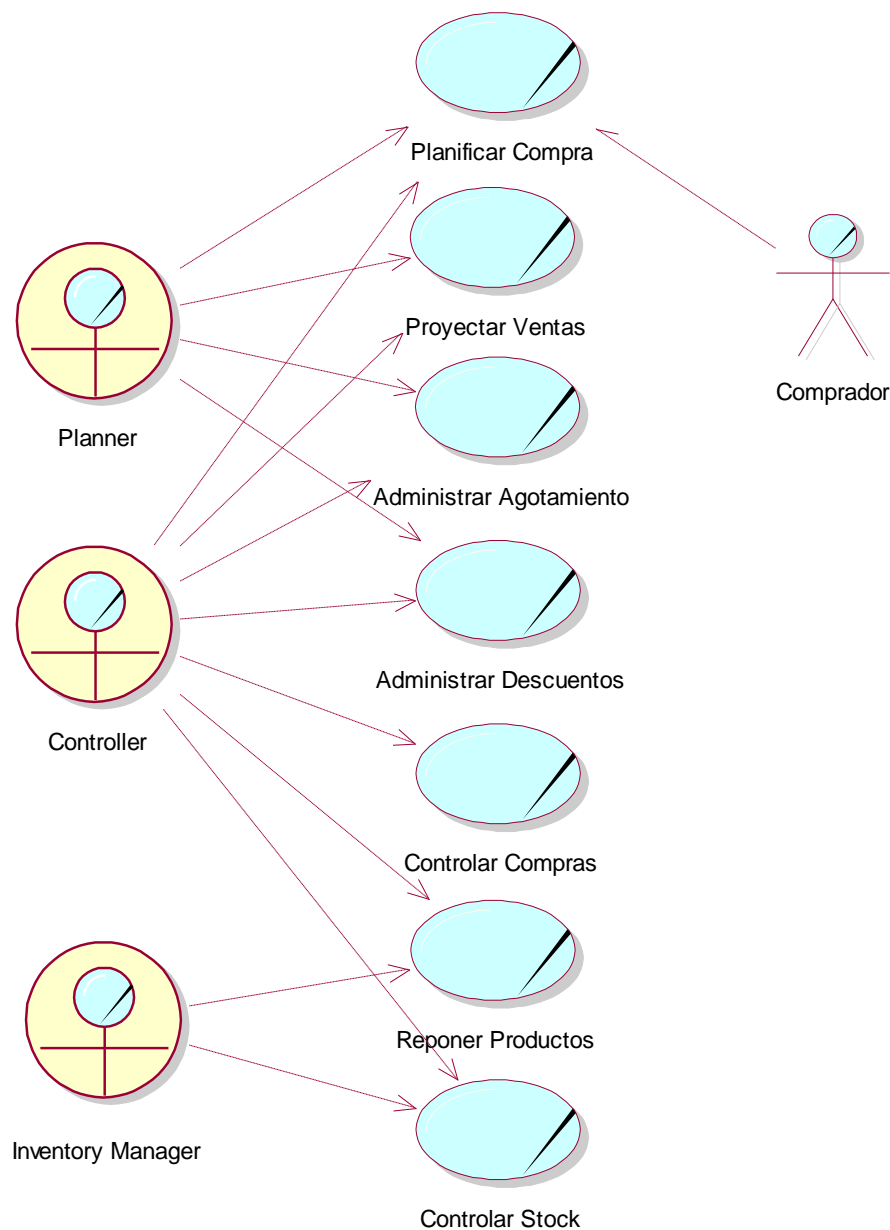
Usuario responsable de especificar la compra y generar las proformas.

### 1.1.3. Lista de Casos de Uso del Negocio

Código	Caso de Uso de Negocio	Actor del Negocio	Representación
CN1	Planificar Compra	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planner</li> <li>Controller</li> <li>Comprador</li> </ul>	 Planificar Compra
CN2	Proyectar Ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planner</li> <li>Controller</li> </ul>	 Proyectar Ventas
CN3	Administrar Agotamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planner</li> <li>Controller</li> </ul>	 Administrar Agotamiento
CN4	Administrar Descuentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planner</li> <li>Controller</li> </ul>	 Administrar Descuentos

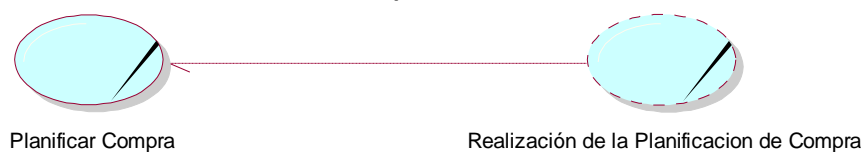
CN5	<b>Reponer Productos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Controller</b></li> <li>• <b>Inventory Manager</b></li> </ul>	 Reponer Productos
CN6	<b>Controlar Stock</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Controller</b></li> <li>• <b>Inventory Manager</b></li> </ul>	 Controlar Stock
CN7	<b>Controlar Compras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Planner</b></li> <li>• <b>Controller</b></li> </ul>	 Controlar Compras

#### 1.1.4. Diagrama de Caso de Uso del Negocio



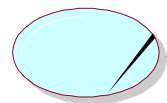
#### 1.1.5. Realización de los casos de uso del Negocio

##### CASO DE NEGOCIO NRO 1: Planificación de Compra

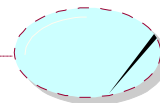


##### CASO DE NEGOCIO NRO 2: Proyección de Ventas



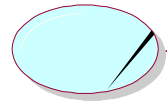


Proyectar Ventas

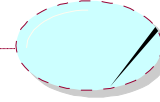


Realización de la Proyección de Ventas

### CASO DE NEGOCIO NRO 3: Administración del Agotamiento

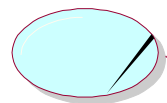


Administrar Agotamiento

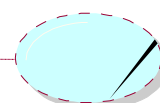


Realización de la Administración del Agotamiento

### CASO DE NEGOCIO NRO 4: Administración de Descuentos

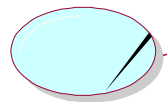


Administrar Descuentos

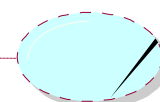


Realización de la Administración del Descuento

### CASO DE NEGOCIO NRO 5: Control de Compras

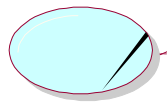


Controlar Compras

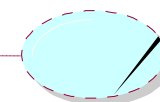


Realización de Control de Compras

### CASO DE NEGOCIO NRO 6: Reposición de Productos

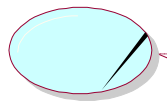


Reponer Productos

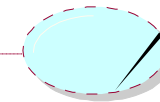


Realización de la reposición de productos

### CASO DE NEGOCIO NRO 7: Reposición de Productos



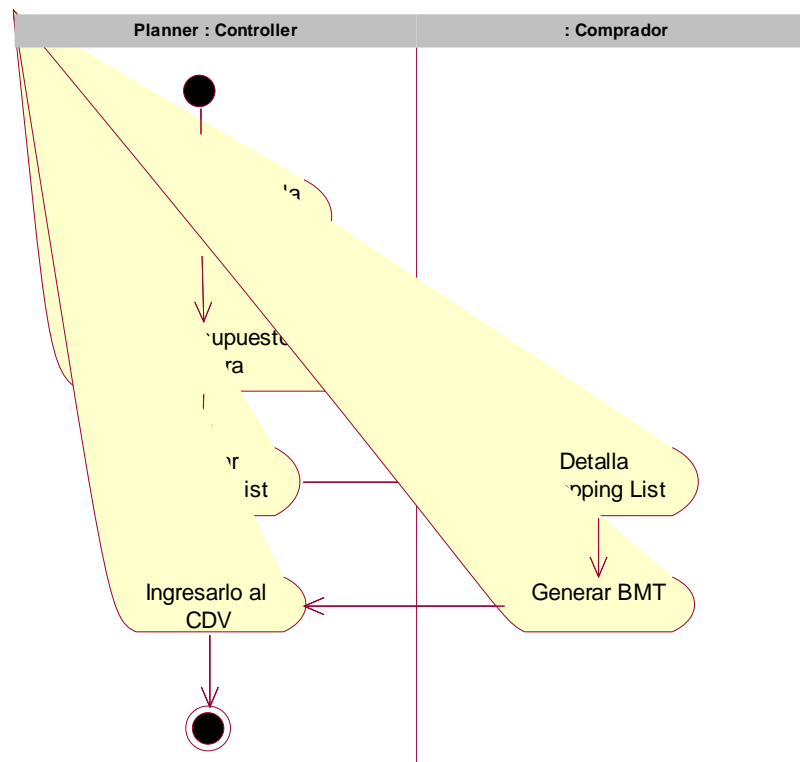
Controlar Stock



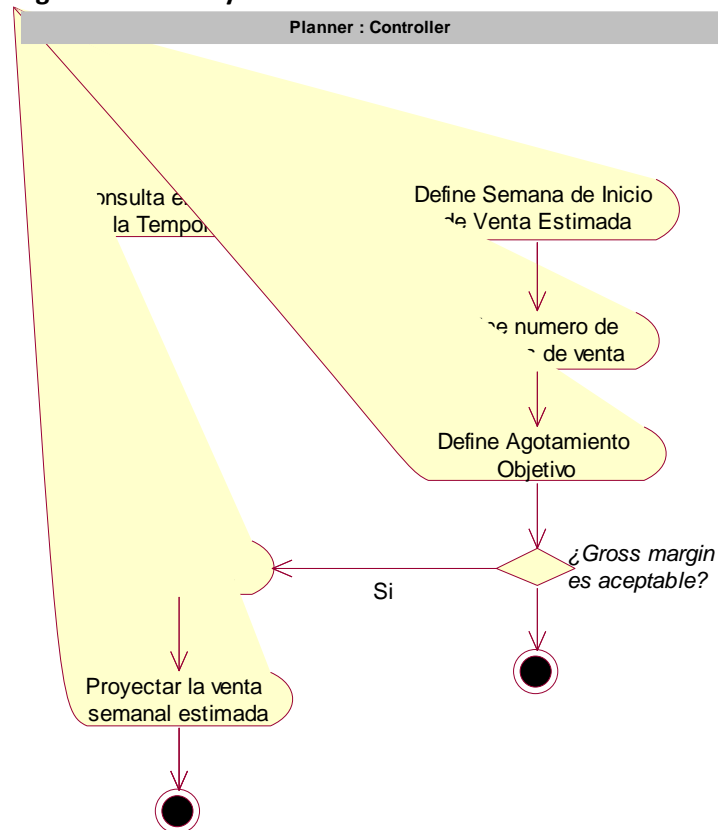
Realización de Control de Stock

#### 1.1.6. Diagrama de Actividades

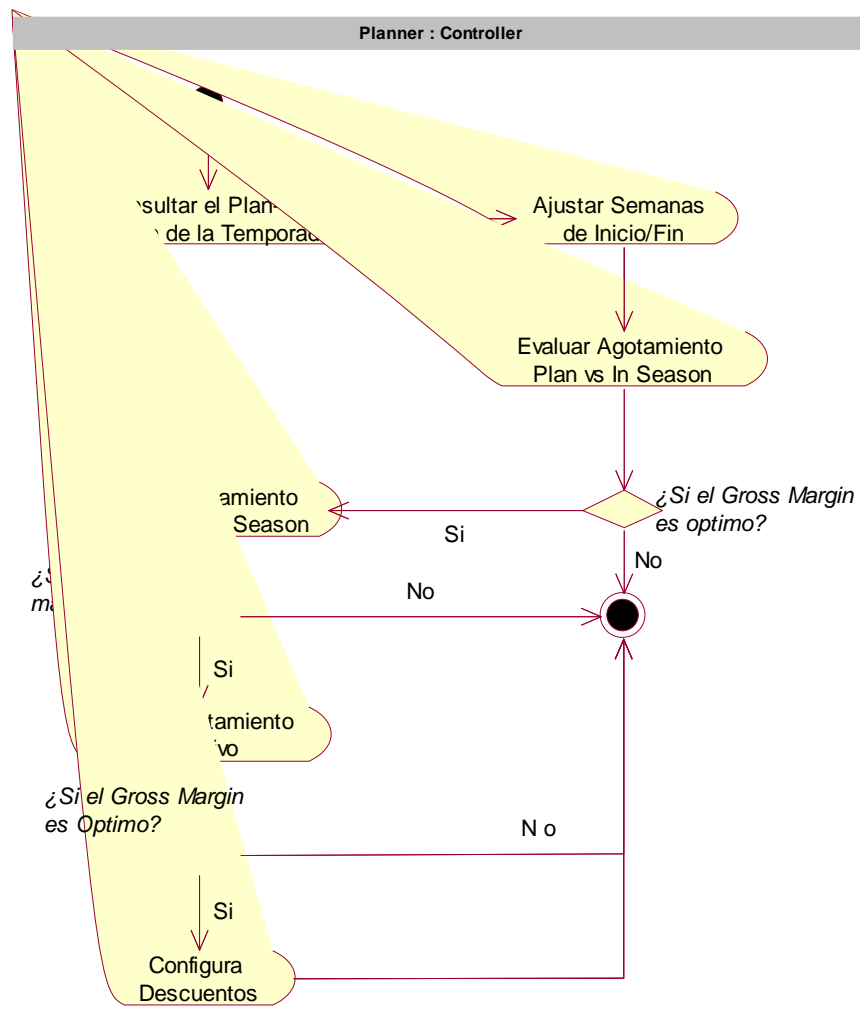
##### Caso de Uso del Negocio N°01: Planificar Compras



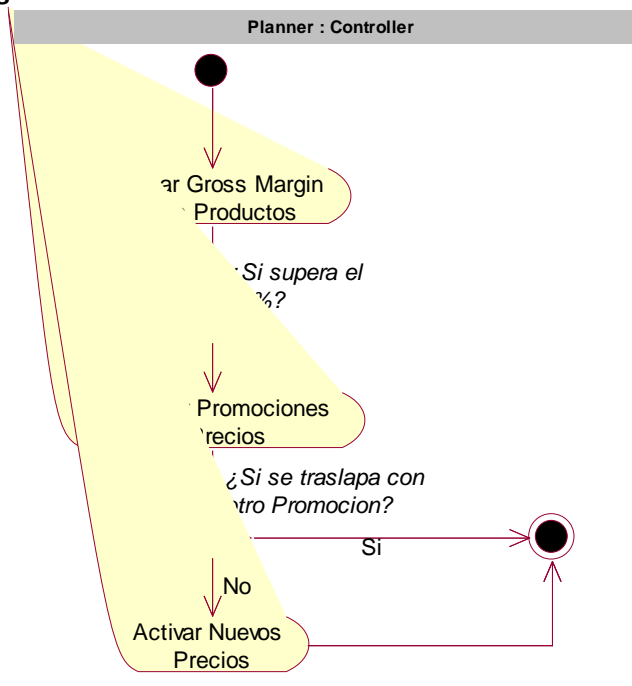
### Caso de Uso del Negocio N°02: Proyectar Ventas



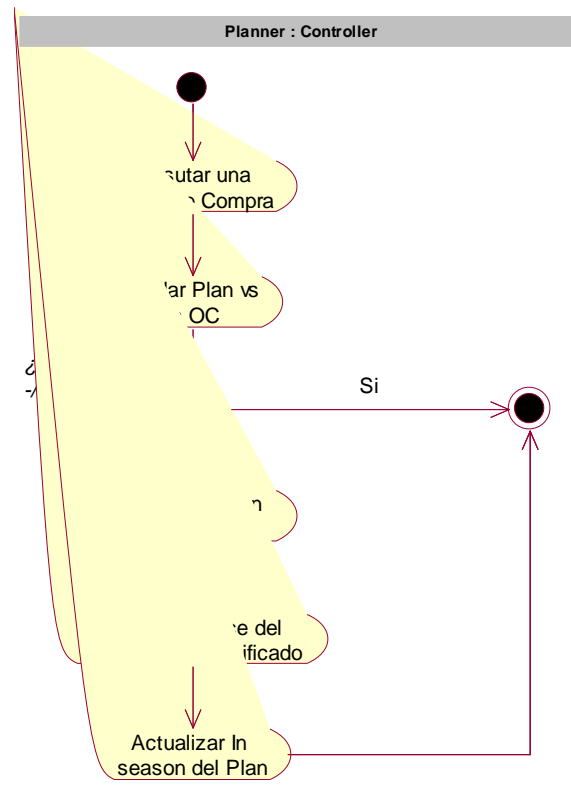
### Caso de Uso del Negocio N°03: Administrar Agotamiento



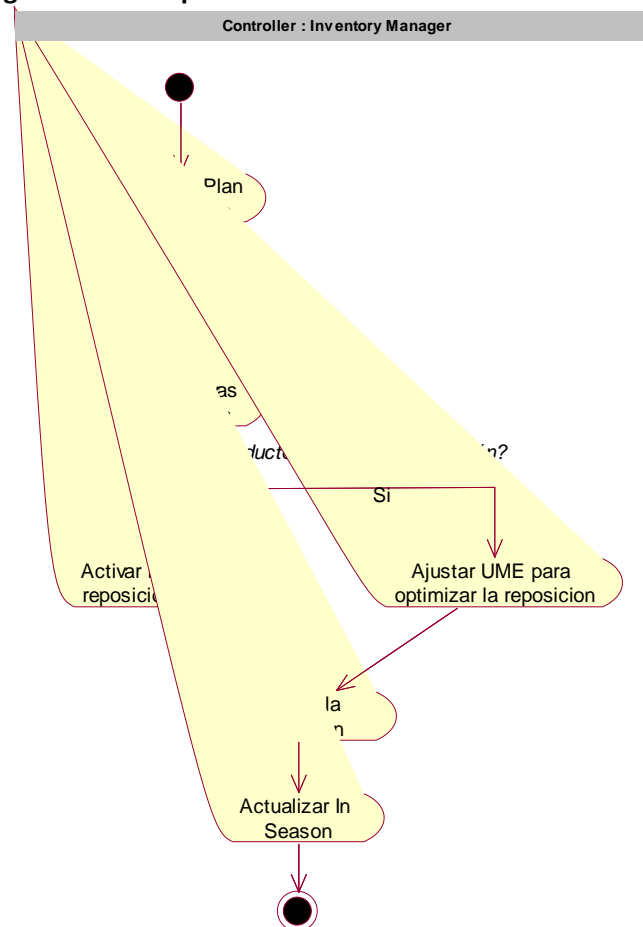
#### Caso de Uso del Negocio N°04: Administrar Descuentos



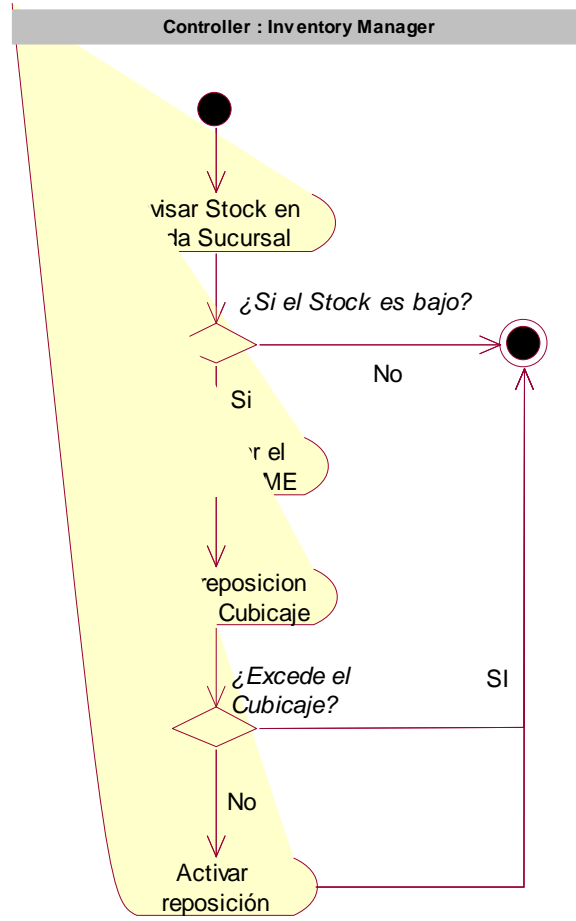
#### Caso de Uso del Negocio N°05: Controlar Compras



### Caso de Uso del Negocio N°06: Reponer Productos



**Caso de Uso del Negocio N°07: Controlar Stock**



## 1.2. Requerimientos del Negocio

Los requerimientos que presentaremos a continuación, están enfocados en los procesos de planificación y reposición de Tienda por Departamento Ripley.

<b>Identificador</b>	F01	<b>Nombre:</b>	Porcentaje de Agotamiento
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el porcentaje de agotamiento semanal en base a la jerarquía del producto.		

<b>Identificador</b>	F02	<b>Nombre:</b>	Porcentaje de Gross Margin
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el porcentaje de Gross margin semanal en base a la jerarquía del producto y el agotamiento conseguido.		

<b>Identificador</b>	F03	<b>Nombre:</b>	Curva de Exhibición
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer la curva de Exhibición de los productos en base a las tallas.		

<b>Identificador</b>	F04	<b>Nombre:</b>	Unidad Mínima de Exhibición
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer la UME de reposición de los productos por sucursal específicamente.		

<b>Identificador</b>	F05	<b>Nombre:</b>	Curva de Reposición
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el factor (Curva) para la reposición de los productos y la distribución a cada sucursal.		

<b>Identificador</b>	F06	<b>Nombre:</b>	UME Sugerida
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer la UME sugerida en base a la curva de exhibición y reposición de cada producto para cada sucursal.		

<b>Identificador</b>	F07	<b>Nombre:</b>	Rotación de Stock
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el número de veces que la mercadería		

	tendrá presencia en una sucursal específica.
--	--

<b>Identificador</b>	F08	<b>Nombre:</b>	Agotamiento en Unidades
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el comportamiento semana a semana del agotamiento en unidades de cada producto y toda la jerarquía por sucursal.		

<b>Identificador</b>	F09	<b>Nombre:</b>	Venta con Descuento
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer la venta proyectada con descuento de cada producto según las semanas de su ciclo de vida.		

<b>Identificador</b>	F10	<b>Nombre:</b>	Compra por Ventana Embarque
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Media	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer las unidades de compra por embarque (pedido).		

<b>Identificador</b>	F11	<b>Nombre:</b>	Porcentaje de Contribución
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el porcentaje de contribución (ganancias) semanal por producto comprado en los diferentes embarques.		

<b>Identificador</b>	F12	<b>Nombre:</b>	Exceso en el Agotamiento Real-Hist.
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer los excesos en porcentaje del agotamiento real y la historia semana a semana por cada marca.		

<b>Identificador</b>	F13	<b>Nombre:</b>	Exceso en el Agotamiento Real-Plan
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer los excesos en porcentaje del agotamiento real y el planificado semana a semana por cada marca.		

<b>Identificador</b>	F14	<b>Nombre:</b>	Exceso en el Agotamiento Plan-Hist
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer los excesos en porcentaje del		

	agotamiento planificado y la historia semana a semana por cada marca.
--	---

<b>Identificador</b>	F15	<b>Nombre:</b>	Defecto en el Agotamiento Real-Hist
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el defecto en porcentaje del agotamiento real y la historia semana a semana por cada marca.		

<b>Identificador</b>	F16	<b>Nombre:</b>	Defecto en el Agotamiento Real-Plan
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el defecto en porcentaje del agotamiento real y el planificado semana a semana por cada marca.		

<b>Identificador</b>	F17	<b>Nombre:</b>	Defecto en el Agotamiento Real-Plan
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el defecto en porcentaje del agotamiento real y el planificado semana a semana por cada marca.		

<b>Identificador</b>	F18	<b>Nombre:</b>	Cubicaje
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Media	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer la capacidad máxima de cada sucursal (Cubicaje) por Departamento/Marca/Línea.		

<b>Identificador</b>	F19	<b>Nombre:</b>	Exceso de Stock
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Media	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el exceso de Stock contra el cubicaje de cada Sucursal por División.		

<b>Identificador</b>	F20	<b>Nombre:</b>	Defecto de Stock
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Media	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el defecto de Stock contra el cubicaje de cada sucursal por División.		

<b>Identificador</b>	F21	<b>Nombre:</b>	Stock On Hand Disponible en CD
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el Stock On Hand disponible por cada producto visualizo por jerarquía.		



<b>Identificador</b>	F22	<b>Nombre:</b>	Stock On Order a CD
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el Stock on Order de cada producto visualizado por jeraquia		

<b>Identificador</b>	F23	<b>Nombre:</b>	Stock On Hand Disp. Por sucursal
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el stock On Hand disponible en cada producto por sucursal.		

<b>Identificador</b>	F24	<b>Nombre:</b>	Stock On Order por sucursal
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el stock On Order de cada producto por sucursal.		

<b>Identificador</b>	F25	<b>Nombre:</b>	Productos y su jerarquia
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Media	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Media	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer los productos y su jerarquía.		

<b>Identificador</b>	F26	<b>Nombre:</b>	Tipos de Marcas
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Baja	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer los tipos de marcas.		

<b>Identificador</b>	F27	<b>Nombre:</b>	Ubigeo de Sucursales
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer el Ubigeo (departamento/provincia/distrito) de las sucursales.		

<b>Identificador</b>	F28	<b>Nombre:</b>	Venta al Costo
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir conocer la venta al Costo por semana de cada producto.		

<b>Identificador</b>	F29	<b>Nombre:</b>	Interfaz Web
----------------------	-----	----------------	--------------

<b>Tipo:</b>	No Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Medio	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá visualizar bajo una interfaz web que permite navegar a los usuarios desde cualquier instancia.		

<b>Identificador</b>	F30	<b>Nombre:</b>	Disponibilidad
<b>Tipo:</b>	No Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir visualizar la información Historica y las proyecciones según lo planificado.		

<b>Identificador</b>	F31	<b>Nombre:</b>	Flexibilidad
<b>Tipo:</b>	No Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá ser flexible en cuanto a filtros, consulta y/o cálculos.		

<b>Identificador</b>	F32	<b>Nombre:</b>	Información Exportable
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Baja	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir exportar a Excel y/o PDF las consultas para su posterior uso.		

<b>Identificador</b>	F33	<b>Nombre:</b>	Autenticación
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir ingresar mediante un usuario y una contraseña.		

<b>Identificador</b>	F34	<b>Nombre:</b>	Adaptabilidad Web
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir adaptarse a cualquier dispositivo desde donde se consulte.		

<b>Identificador</b>	F36	<b>Nombre:</b>	Seguridad
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	El sistema deberá permitir guardar la información de los ingresos y acciones que los usuarios realicen en el portal.		

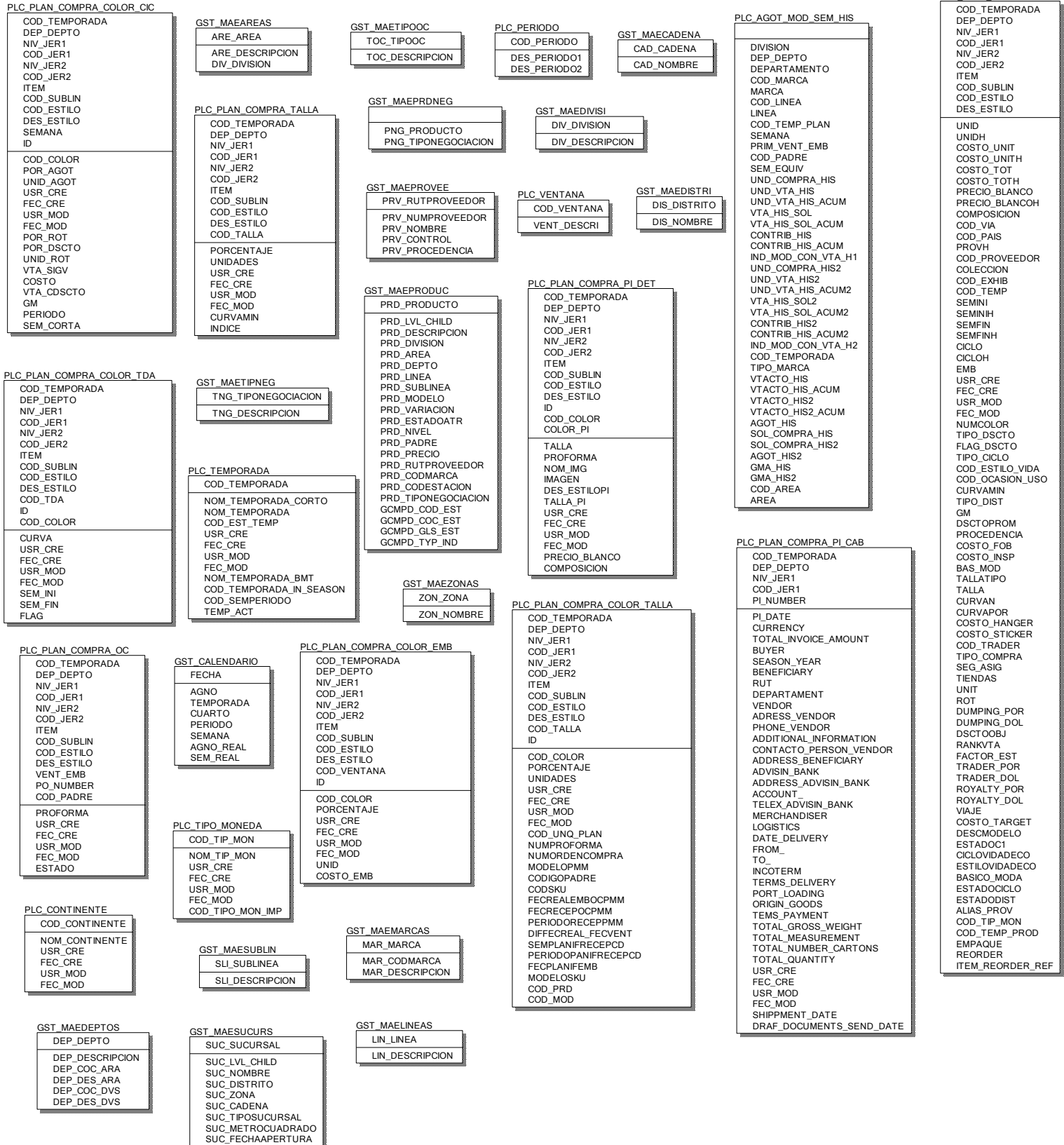
<b>Identificador</b>	F37	<b>Nombre:</b>	Copia de Respaldo
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si

<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	Se debe armar un plan de generación de Backup diario y semanal de la información del DataMart.		

<b>Identificador</b>	F38	<b>Nombre:</b>	Base de Datos
<b>Tipo:</b>	Funcional	<b>Fecha:</b>	19/04/2017
<b>Prioridad:</b>	Alta	<b>Necesidad:</b>	Si
<b>Estabilidad:</b>	Normal	<b>Verificable:</b>	Si
<b>Descripción:</b>	La base de datos que se debe usar es Oracle en su versión 11g por políticas de la empresa.		

### 1.3. Datos Transaccionales

#### 1.3.1. Modelo Lógico



## 1.3.2. Modelo Físico

## PLC\_PLAN\_COMPRA\_COLOR\_CIC

COD\_TEMPORADA: NUMBER  
 DEP\_DEPTO: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER1: NUMBER  
 COD\_JER1: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER2: NUMBER  
 COD\_JER2: VARCHAR2(15)  
 ITEM: NUMBER  
 COD\_SUBLIN: VARCHAR2(15)  
 COD\_ESTILO: VARCHAR2(100)  
 SEMANA: VARCHAR2(15)  
 ID: NUMBER  
 COD\_COLOR: NUMBER  
 POR\_AGOT: NUMBER  
 UNID\_AGOT: NUMBER  
 USR\_CRE: VARCHAR2(20)  
 FEC\_CRE: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 POR\_ROT: NUMBER  
 POR\_DSCTO: NUMBER  
 UNID\_ROT: NUMBER  
 VTA\_SIGV: NUMBER  
 COSTO: NUMBER  
 VTA\_CDSCTO: NUMBER  
 GM: NUMBER  
 PERIODO: VARCHAR2(5)  
 SEM\_CORTA: VARCHAR2(5)

## GST\_MAEAREAS

ARE\_AREA: VARCHAR2(15)  
 ARE\_DESCRIPCION: VARCHAR2(50)  
 DIV\_DIVISION: VARCHAR2(15)

## GST\_MAETIPOOC

TOT\_TIPOOC: NUMBER(12)  
 TOT\_DESCRIPCION: VARCHAR2(40)

## PLC\_PERIODO

COD\_PERIODO: NUMBER  
 DES\_PERIODO1: VARCHAR2(10)  
 DES\_PERIODO2: VARCHAR2(10)

## GST\_MAECADENA

CAD\_CADENA: NUMBER(12)  
 CAD\_NOMBRE: VARCHAR2(50)

## GST\_MAEDIVISI

DIV\_DIVISION: VARCHAR2(15)  
 DIV\_DESCRIPCION: VARCHAR2(50)

## GST\_MAEPRDNEG

PNG\_PRODUCTO: VARCHAR2(15)  
 PNG\_TIPONEGOCIACION: VARCHAR2(10)

## PLC\_AGOT\_MOD\_SEM\_HIS

DIVISION: VARCHAR2(100)  
 DEP\_DEPTO: VARCHAR2(25)  
 DEPARTAMENTO: VARCHAR2(100)  
 COD\_MARCA: VARCHAR2(25)  
 MARCA: VARCHAR2(100)  
 COD\_LINEA: VARCHAR2(25)  
 LINEA: VARCHAR2(100)  
 COD\_TEMP\_PLAN: VARCHAR2(5)  
 SEMANA: VARCHAR2(25)  
 PRIM\_VENT\_EMB: VARCHAR2(15)  
 COD\_PADRE: VARCHAR2(15)  
 SEM\_EQUIV: VARCHAR2(10)  
 UNID\_COMPRA\_HIS: NUMBER  
 UNID\_VTA\_HIS: NUMBER  
 UNID\_VTA\_HIS\_ACUM: NUMBER  
 CONTRIB\_HIS: NUMBER  
 CONTRIB\_HIS\_ACUM: NUMBER  
 IND\_MOD\_CON\_VTA\_H1: NUMBER  
 UNID\_COMPRA\_HIS2: NUMBER  
 UNID\_VTA\_HIS2: NUMBER  
 UNID\_VTA\_HIS\_ACUM2: NUMBER  
 VTA\_HIS\_SOL2: NUMBER  
 VTA\_HIS\_SOL\_ACUM2: NUMBER  
 CONTRIB\_HIS2: NUMBER  
 CONTRIB\_HIS\_ACUM2: NUMBER  
 IND\_MOD\_CON\_VTA\_H2: NUMBER  
 COD\_TEMPORADA: NUMBER  
 COD\_JER1: VARCHAR2(15)  
 COD\_JER2: VARCHAR2(15)  
 ITEM: NUMBER  
 COD\_SUBLIN: VARCHAR2(15)  
 COD\_ESTILO: VARCHAR2(15)  
 DES\_ESTILO: VARCHAR2(100)  
 ID: NUMBER  
 COD\_COLOR: NUMBER  
 COLOR\_PL: VARCHAR2(100)  
 TALLA: VARCHAR2(100)  
 PROFORMA: VARCHAR2(100)  
 NOM\_IMG: VARCHAR2(100)  
 IMAGEN: BLOB  
 DES\_ESTILOPI: VARCHAR2(100)  
 TALLA\_PL: VARCHAR2(100)  
 USR\_CRE: VARCHAR2(20)  
 FEC\_CRE: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 COD\_TEMPORADA\_IN\_SEASON: NUMBER  
 COD\_SEMPERODO: NUMBER  
 TEMP\_ACT: NUMBER

## PLC\_PLAN\_COMPRA

COD\_TEMPORADA: NUMBER  
 DEP\_DEPTO: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER1: NUMBER  
 COD\_JER1: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER2: NUMBER  
 COD\_JER2: VARCHAR2(15)  
 ITEM: NUMBER  
 COD\_SUBLIN: VARCHAR2(15)  
 COD\_ESTILO: VARCHAR2(15)  
 DES\_ESTILO: VARCHAR2(200)

UNID: NUMBER  
 UNIDH: NUMBER  
 COSTO\_UNIT: NUMBER  
 COSTO\_UNITH: NUMBER  
 COSTO\_TOT: NUMBER  
 COSTO\_TOTH: NUMBER  
 PRECIO\_BLANCO: NUMBER  
 PRECIO\_BLANCOH: NUMBER  
 COMPOSICION: VARCHAR2(200)  
 COD\_VIA: NUMBER  
 COD\_PAIS: NUMBER  
 PROVH: VARCHAR2(200)  
 COD\_PROVEEDOR: NUMBER  
 COLECCION: VARCHAR2(200)  
 COD\_EXHIB: NUMBER  
 COD\_TEMP: VARCHAR2(10)  
 SEMINI: VARCHAR2(10)  
 SEMINH: VARCHAR2(10)  
 SEMFIN: VARCHAR2(10)  
 SEMFINH: VARCHAR2(10)  
 CICLO: VARCHAR2(4)  
 CICLOH: VARCHAR2(4)  
 EMB: VARCHAR2(100)  
 USR\_CRE: VARCHAR2(20)  
 FEC\_CRE: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 NUMCOLOR: NUMBER  
 TIPO\_DSCTO: NUMBER  
 FLAG\_DSCTO: NUMBER  
 TIPO\_CICLO: NUMBER  
 COD\_ESTILO\_VIDA: NUMBER  
 COD\_OCASION\_USO: NUMBER  
 CURVAMIN: NUMBER  
 TIPO\_DIST: NUMBER  
 GM: NUMBER  
 DSCTOPROM: NUMBER  
 PROCEDENCIA: VARCHAR2(50)  
 COSTO\_FOB: NUMBER  
 COD\_COSTO\_INSP: NUMBER  
 BAS\_MOD: VARCHAR2(100)  
 TALLATIPO: VARCHAR2(100)  
 TALLA: VARCHAR2(300)  
 CURVAN: VARCHAR2(100)  
 CURVAPOR: VARCHAR2(100)  
 COSTO\_HANGER: NUMBER  
 COSTO\_STICKER: NUMBER  
 COD\_TRADER: NUMBER  
 TIPO\_COMPRA: VARCHAR2(1)  
 SEG\_ASIG: VARCHAR2(200)  
 TIENDAS: NUMBER  
 UNIT: NUMBER  
 ROT: NUMBER  
 DUMPING\_POR: NUMBER  
 DUMPING\_DOL: NUMBER  
 DSCTOOBJ: NUMBER  
 RANKVTA: NUMBER  
 FACTOR\_EST: NUMBER  
 TRADER\_POR: NUMBER  
 TRADER\_DOL: NUMBER  
 ROYALTY\_POR: NUMBER  
 ROYALTY\_DOL: NUMBER  
 VIAJE: VARCHAR2(100)  
 COSTO\_TARGET: NUMBER  
 DESCRMODELO: VARCHAR2(100)  
 ESTADOC1: NUMBER  
 CICLOVIDADECO: NUMBER  
 ESTILOVIDADECO: NUMBER  
 BASICO\_MODA: NUMBER  
 ESTADOCICLO: NUMBER  
 ESTADODIST: NUMBER  
 ALIAS\_PROV: VARCHAR2(100)  
 COD\_TIP\_MON: NUMBER  
 COD\_TEMP\_PROD: NUMBER  
 EMPAQUE: NUMBER  
 REORDER: NUMBER  
 ITEM\_REORDER\_REF: NUMBER

## PLC\_PLAN\_COMPRA\_COLOR\_TDA

COD\_TEMPORADA: NUMBER  
 DEP\_DEPTO: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER1: NUMBER  
 COD\_JER1: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER2: NUMBER  
 COD\_JER2: VARCHAR2(15)  
 ITEM: NUMBER  
 COD\_SUBLIN: VARCHAR2(15)  
 COD\_ESTILO: VARCHAR2(15)  
 DES\_ESTILO: VARCHAR2(300)  
 COD\_TDA: NUMBER  
 ID: NUMBER  
 COD\_COLOR: NUMBER  
 CURVA: NUMBER  
 USR\_CRE: VARCHAR2(20)  
 FEC\_CRE: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 SEM\_INI: VARCHAR2(15)  
 SEM\_FIN: VARCHAR2(15)  
 FLAG: NUMBER(1)

## GST\_MAEPROVEE

PRV\_RUTPROVEEDOR: VARCHAR2(10)  
 PRV\_NUMPROVEEDOR: NUMBER(12)  
 PRV\_NOMBRE: VARCHAR2(40)  
 PRV\_CONTROL: NUMBER(12)  
 PRV\_PROCEDENCIA: VARCHAR2(1)

## PLC\_VENTANA

COD\_VENTANA: VARCHAR2(3)  
 VENT\_DESCR: VARCHAR2(9)

## PLC\_PLAN\_COMPRA\_PI\_DET

COD\_TEMPORADA: NUMBER  
 DEP\_DEPTO: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER1: NUMBER  
 COD\_JER1: VARCHAR2(15)  
 COD\_JER2: VARCHAR2(15)  
 ITEM: NUMBER  
 COD\_SUBLIN: VARCHAR2(15)  
 COD\_ESTILO: VARCHAR2(15)  
 DES\_ESTILO: VARCHAR2(100)  
 ID: NUMBER  
 COD\_COLOR: NUMBER  
 COLOR\_PL: VARCHAR2(100)  
 TALLA: VARCHAR2(100)  
 PROFORMA: VARCHAR2(100)  
 NOM\_IMG: VARCHAR2(100)  
 IMAGEN: BLOB  
 DES\_ESTILOPI: VARCHAR2(100)  
 TALLA\_PL: VARCHAR2(100)  
 USR\_CRE: VARCHAR2(20)  
 FEC\_CRE: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 COD\_TEMPORADA\_IN\_SEASON: NUMBER  
 COD\_SEMPERODO: NUMBER  
 TEMP\_ACT: NUMBER

## PLC\_TEMPORADA

COD\_TEMPORADA: NUMBER  
 NOM\_TEMPORADA\_CORTO: VARCHAR2(20)  
 NOM\_TEMPORADA: VARCHAR2(100)  
 COD\_EST\_TEMP: NUMBER  
 USR\_CRE: VARCHAR2(20)  
 FEC\_CRE: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 COD\_TEMPORADA\_BMT: VARCHAR2(20)  
 COD\_TEMPORADA\_IN\_SEASON: NUMBER  
 COD\_SEMPERODO: NUMBER  
 TEMP\_ACT: NUMBER

## PLC\_PLAN\_COMPRA\_OC

COD\_TEMPORADA: NUMBER  
 DEP\_DEPTO: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER1: NUMBER  
 COD\_JER1: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER2: NUMBER  
 COD\_JER2: VARCHAR2(15)  
 ITEM: NUMBER  
 COD\_SUBLIN: VARCHAR2(15)  
 COD\_ESTILO: VARCHAR2(15)  
 DES\_ESTILO: VARCHAR2(100)  
 VENT\_EMB: VARCHAR2(2)  
 PO\_NUMBER: NUMBER  
 COD\_PADRE: VARCHAR2(100)  
 PROFORMA: VARCHAR2(100)  
 USR\_CRE: VARCHAR2(20)  
 FEC\_CRE: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 ESTADO: NUMBER

## GST\_MAETIPNEG

TNG\_TIPONEGOCIACION: VARCHAR2(10)  
 TNG\_DESCRIPCION: VARCHAR2(30)

## GST\_MAEPRODUC

PRD\_PRODUCTO: VARCHAR2(15)  
 PRD\_LVL\_CHILD: NUMBER(12)  
 PRD\_DESCRIPTION: VARCHAR2(50)  
 PRD\_DIVISION: VARCHAR2(15)  
 PRD\_AREA: VARCHAR2(15)  
 PRD\_DEPTO: VARCHAR2(15)  
 PRD\_LINEA: VARCHAR2(15)  
 PRD\_SUBLINEA: VARCHAR2(15)  
 PRD\_MODELO: VARCHAR2(15)  
 PRD\_VARIACION: VARCHAR2(15)  
 PRD\_ESTADOATR: CHAR(1)  
 PRD\_NIVEL: CHAR(1)  
 PRD\_PADRE: VARCHAR2(15)  
 PRD\_PRECIO: NUMBER(21,3)  
 PRD\_RUTPROVEEDOR: VARCHAR2(10)  
 PRD\_CODMARCA: VARCHAR2(12)  
 PRD\_CODESTACION: VARCHAR2(10)  
 PRD\_TIPONEGOCIACION: VARCHAR2(10)  
 GCMPD\_COD\_EST: NUMBER(2)  
 GCMPD\_COC\_EST: CHAR(3)  
 GCMPD\_GLS\_EST: VARCHAR2(30)  
 GCMPD\_TYP\_IND: VARCHAR2(1)

## GST\_MAEZONAS

ZON\_ZONA: NUMBER(12)  
 ZON\_NOMBRE: VARCHAR2(50)

## PLC\_PLAN\_COMPRA\_PI\_CAB

COD\_TEMPORADA: NUMBER  
 DEP\_DEPTO: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER1: NUMBER  
 COD\_JER1: VARCHAR2(15)  
 PI\_NUMBER: VARCHAR2(100)  
 PI\_DATE: VARCHAR2(100)  
 CURRENCY: VARCHAR2(100)  
 TOTAL\_INVOICE\_AMOUNT: VARCHAR2(100)  
 BUYER: VARCHAR2(100)  
 SEASON\_YEAR: VARCHAR2(100)  
 BENEFICIARY: VARCHAR2(100)  
 RUT: VARCHAR2(100)  
 DEPARTMENT: VARCHAR2(100)  
 VENDOR: VARCHAR2(100)  
 ADDRESS\_VENDOR: VARCHAR2(200)  
 PHONE\_VENDOR: VARCHAR2(100)  
 ADDITIONAL\_INFORMATION: VARCHAR2(200)  
 CONTACTO\_PERSON\_VENDOR: VARCHAR2(100)  
 ADDRESS\_BENEFICIARY: VARCHAR2(100)  
 ADVISIN\_BANK: VARCHAR2(100)  
 ADDRESS\_ADVISIN\_BANK: VARCHAR2(200)  
 ACCOUNT\_: VARCHAR2(100)  
 TELEX\_ADVISIN\_BANK: VARCHAR2(100)  
 MERCHANDISER: VARCHAR2(100)  
 LOGISTICS: VARCHAR2(100)  
 DATE\_DELIVERY: VARCHAR2(100)  
 FROM\_: VARCHAR2(100)  
 TO\_: VARCHAR2(100)  
 INCOTERM: VARCHAR2(100)  
 TERMS\_DELIVERY: VARCHAR2(100)  
 PORT\_LOADING: VARCHAR2(100)  
 ORIGIN\_GOODS: VARCHAR2(100)  
 TERMS\_PAYMENT: VARCHAR2(100)  
 TOTAL\_GROSS\_WEIGHT: VARCHAR2(100)  
 TOTAL\_MEASUREMENT: VARCHAR2(100)  
 TOTAL\_NUMBER\_CARTONS: VARCHAR2(100)  
 TOTAL\_QUANTITY: VARCHAR2(100)  
 USR\_CRE: VARCHAR2(20)  
 FEC\_CRE: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 SHIPMENT\_DATE: DATE  
 DRAF\_DOCUMENTS\_SEND\_DATE: DATE

## PLC\_PLAN\_COMPRA\_COLOR\_TALLA

COD\_TEMPORADA: NUMBER  
 DEP\_DEPTO: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER1: NUMBER  
 COD\_JER1: VARCHAR2(15)  
 NVJ\_JER2: NUMBER  
 COD\_JER2: VARCHAR2(15)  
 ITEM: NUMBER  
 COD\_SUBLIN: VARCHAR2(15)  
 COD\_ESTILO: VARCHAR2(15)  
 DES\_ESTILO: VARCHAR2(100)  
 COD\_TALLA: NUMBER  
 ID: NUMBER  
 COD\_COLOR: NUMBER  
 PORCENTAJE: NUMBER  
 UNIDADES: NUMBER  
 USR\_CRE: VARCHAR2(20)  
 FEC\_CRE: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 COD\_UNQ\_PLAN: VARCHAR2(100)  
 NUMPROFORMA: VARCHAR2(50)  
 NUMORDENCOMPRA: VARCHAR2(50)  
 MODELOPMM: VARCHAR2(50)  
 CODIGOPADRE: VARCHAR2(100)  
 CODSKU: VARCHAR2(100)  
 FECEALEMBOPCMM: DATE  
 FECECEPOCMM: DATE  
 PERIODORECEPPMM: VARCHAR2(50)  
 DIFFECREAL\_FECVENT: CHAR(20)  
 SEMPLANFRECEPCD: VARCHAR2(50)  
 PERIODOPANFRECEPCD: VARCHAR2(5)  
 FECEPLANFEMB: DATE  
 MODELOSKU: VARCHAR2(100)  
 COD\_PRD: VARCHAR2(20)  
 COD\_MOD: VARCHAR2(20)

## GST\_CALENDARIO

FECHA: DATE  
 AGNO: VARCHAR2(5)  
 TEMPORADA: VARCHAR2(7)  
 CUARTO: VARCHAR2(7)  
 PERIODO: VARCHAR2(7)  
 SEMANA: VARCHAR2(7)  
 AGNO\_REAL: NUMBER(4)  
 SEM\_REAL: NUMBER(2)

## PLC\_TIPO\_MONEDA

COD\_TIP\_MON: NUMBER  
 NOM\_TIP\_MON: VARCHAR2(50)  
 USR\_CRE: VARCHAR2(20)  
 FEC\_CRE: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE  
 COD\_TIP\_MON\_IMP: NUMBER

## GST\_MAESUCURS

SUC\_SUCURSAL: NUMBER(12)  
 SUC\_LVL\_CHILD: NUMBER(12)  
 SUC\_NOMBRE: VARCHAR2(50)  
 SUC\_DISTITO: NUMBER(12)  
 SUC\_ZONA: NUMBER(12)  
 SUC\_CADENA: NUMBER(12)  
 SUC\_TIPOSUCURSAL: CHAR(1)  
 SUC\_METROCUADRADO: NUMBER(12)  
 SUC\_FECHAAPERTURA: DATE

## GST\_MAEMARCAS

MAR\_MARCA: NUMBER(12)  
 MAR\_CODMARCA: VARCHAR2(12)  
 MAR\_DESCRIPCION: VARCHAR2(40)

## PLC\_CONTINENTE

COD\_CONTINENTE: NUMBER  
 NOM\_CONTINENTE: VARCHAR2(50)  
 USR\_CRE: VARCHAR2(20)  
 FEC\_CRE: DATE  
 USR\_MOD: VARCHAR2(20)  
 FEC\_MOD: DATE

## GST\_MAESUBLIN

SLI\_SUBLINEA: VARCHAR2(15)  
 SLI\_DESCRIPCION: VARCHAR2(50)

## GST\_MAEDEPTOS

DEP\_DEPTO: VARCHAR2(15)  
 DEP\_DESCRIPCION: VARCHAR2(50)  
 DEP\_COC\_ARA: VARCHAR2(15)  
 DEP\_DES\_ARA: VARCHAR2(50)  
 DEP\_COC\_DVS: VARCHAR2(15)  
 DEP\_DES\_DVS: VARCHAR2(50)

## GST\_MAEDISTR

DIS\_DISTRITO: NUMBER(12)  
 DIS\_NOMBRE: VARCHAR2(50)

## GST\_MAE LINEAS

LIN\_LINEA: VARCHAR2(15)  
 LIN\_DESCRIPCION: VARCHAR2(50)

### 1.3.3. Diccionario de Datos

**Tabla: PLC\_PLAN\_COMPRA\_COLOR\_CIC**

**Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_TEMPORADA	NUMBER		X		Código de Temporada
DEP_DEPTO	VARCHAR2	15	X		Código de Departamento
NIV_JER1	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 1
COD_JER1	VARCHAR2	15	X		Código de Jerarquía 1
NIV_JER2	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 2
COD_JER2	VARCHAR2	15	X		Código de Jerarquía 2
ITEM	NUMBER		X		Código Interno del Modelo
COD_SUBLIN	VARCHAR2	15	X		Código de SubLinea
COD_ESTILO	VARCHAR2	15	X		Código de Estilo
DES_ESTILO	VARCHAR2	100	X		Nombre del Estilo
SEMANA	VARCHAR2	15	X		Semana de Venta
ID	NUMBER		X		Código Interno de Opción
COD_COLOR	NUMBER				Código del Color
POR_AGOT	NUMBER				Porcentaje de Agotamiento
UNID_AGOT	NUMBER				Unidades de Agotamiento
USR_CRE	VARCHAR2	20			Usuario Creación
FEC_CRE	DATE				Fecha Creación
USR_MOD	VARCHAR2	20			Usuario Modificación
FEC_MOD	DATE				Fecha Modificación
POR_ROT	NUMBER				Porcentaje de Rotación
POR_DSCTO	NUMBER				Porcentaje de Descuento
UNID_ROT	NUMBER				Unidades de Rotación
VTA_SIGV	NUMBER				Venta Sin Igv
COSTO	NUMBER				Venta al Costo
VTA_CDSCTO	NUMBER				Venta con Descuento
GM	NUMBER				Gross Margin
PERIODO	VARCHAR2	5			Periodo
SEM_CORTA	VARCHAR2	5			Abreviatura de Semana

**Tabla: PLC\_PLAN\_COMPRA\_COLOR**

**Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_TEMPORADA	NUMBER		X		Codigo de Temporada
DEP_DEPTO	VARCHAR2	15	X		Codigo de Departamento
NIV_JER1	NUMBER		X		Primer Nivel de Jerarquia
COD_JER1	VARCHAR2	15	X		Codigo de Primer Nivel de Jerarquia ( Marca)
NIV_JER2	NUMBER		X		Segundo Nivel de Jerarquia
COD_JER2	VARCHAR2	15	X		Codigo de Segundo Nivel de Jerarquia(Linea)



ITEM	NUMBER		X		Codigo Interno del Modelo
COD_SUBLIN	VARCHAR2	15	X		Codigo de SubLinea
COD_ESTILO	VARCHAR2	15	X		Codigo de Estilo
DES_ESTILO	VARCHAR2	100	X		Nombre del Modelo
COD_COLOR	NUMBER		X		Codigo de Color
COD_PIRAMIX	NUMBER				Atributo Piramide Mix
PORCENTAJE	NUMBER				Porcentaje de Color
UNIDADES	NUMBER				Unidades del Color
USR_CRE	VARCHAR2	20			Usuario de Creacion
FEC_CRE	DATE				Fecha de Creacion
USR_MOD	VARCHAR2	20			Usuario de Modificacion
FEC_MOD	DATE				Fecha de Modificacion
SEM_INI	VARCHAR2	15			Semana de Inicio
SEM_FIN	VARCHAR2	15			Semana de Fin
CICLO	NUMBER				Ciclo ( Semanas)
TIPO_CURVA	NUMBER				Tipo de Curva de Agotamiento
NUM_EMB	NUMBER				Numero de Embarque
EMB_MIN	NUMBER				Embarque Minimo
EMB_MAX	NUMBER				Embarque Maximo
COB_CALC	NUMBER				Cobertura Optima
FLAG_EMB_MANUA	NUMBER				0: NO / 1: SI
VENT_HAB_INI	VARCHAR2	2			PRIMERA VENTANA DE EMBARQUE HABILITADA
VENT_HAB_FIN	VARCHAR2	2			ULTIMA VENTANA DE EMBARQUE HABILITADA
COD_RANKVTA	NUMBER				Atributo Ranking de venta
DSCTO_OBJ	NUMBER				Descuento Objetivo
DSCTO_PROM	NUMBER				Descuento Promedio
STK_MIN	NUMBER				Stock Minimo
SEG_ASIG	VARCHAR2	100			Segmentos Asignados
TDAS	NUMBER				Numero de Tiendas
UND_ASIG	NUMBER				Unidades Asignadas
ROT	NUMBER				Rotacion de la reposicion
TIPO_CICLO	NUMBER				Tipo de Ciclo de Vida
INDICE	NUMBER				Indice de ORDEN
GM	NUMBER				Gross Margin
ID	NUMBER		X		Numero de Opcion (Id)
TIPO_DSCTO	NUMBER				Tipo de Descuento
RATIO	NUMBER				Ratio
UNDWHITAKER	NUMBER				Unidades Whitaker segun RAtio
EVENTO	VARCHAR2	100			Descripcion del Evento
GMB	NUMBER				Gross Margin Blanco
VENT_EMB	NUMBER				Ventana de Embarque
AGOT_OBJ	NUMBER				Agotamiento Objetivo

SEMLIQ	NUMBER				Semanas de Liquidacion
COSTO_UNIT	NUMBER				Costo Unitario Dolares
COSTO_UNITH	NUMBER				Costo Unitario Historico
COSTO_TOT	NUMBER				Costo Total Dolares
COSTO_TOTH	NUMBER				Costo Total Historico
PRECIO_BLANCO	NUMBER				Precio Blanco
PRECIO_BLANCOH	NUMBER				Precio Blanco Historico
COSTO_FOB	NUMBER				Costo Fob
COSTO_INSP	NUMBER				Costo Inspeccion
COSTO_HANGER	NUMBER				Costo Hanger
COSTO_STICKER	NUMBER				Costo Sticker
DUMPING_POR	NUMBER				% de Dumping
DUMPING_DOL	NUMBER				Costo de Dumping
TRADER_POR	NUMBER				% de Trader
TRADER_DOL	NUMBER				Costo de Trader
ROYALTY_POR	NUMBER				% de Royalty
ROYALTY_DOL	NUMBER				Costo de Royalty
COSTO_TARGET	NUMBER				Costo Target Historico
ESTADO	NUMBER				Estado del Modelo
IMG_EST_COLOR	BLOB				Imagen del Modelo por Color
EQUIV	VARCHAR2	50			EQUIVALENCIA DE COLOR
ESTADOCICLO	NUMBER				Estado del Ciclo de Vida
ESTADODIST	NUMBER				Estado de Distribucion
VENT_EMB_REAL	VARCHAR2	3			Ventana de Embarque Real
COSTO_UNITS	NUMBER				Costo Unitario en Soles
COSTO_TOTS	NUMBER				Costo Total en Soles
PLAN_ADICIONAL	VARCHAR2	2			SI/NO
BOLSA	VARCHAR2	2			SI/NO
ITEM_REF	NUMBER				ITEM DE BOLSA PARA REFERENCIA
LIFE_CYCLE	NUMBER				ATRIBUTO LIFE CYCLE
COD_COLOR_EQUIV	NUMBER				CODIGO DE COLOR EQUIVALENTE
COD_CALIDAD_DECO	NUMBER				Atributo de Calidad DECO
COD_EST_DECO	NUMBER				Atributo de Estilo DECO
INNER_PACK	NUMBER				Inner Pack
MASTER_PACK	NUMBER				Master Pack
MOQ	NUMBER				Mínima Orden de Producción
DISEÑO	VARCHAR2	100			Diseño del Modelo DECO
SEMCOB	NUMBER				Semanas de Cobertura
ESTADO_PLAN	NUMBER				
DES_ESTADO_PLAN	VARCHAR2)	100			
ESTDO_IS	NUMBER				



DES_ESTADO_IS	VARCHAR2	100			
TIPO_COMPRA	NUMBER				Tipo de Compra
EMPAQUE	NUMBER				Codigo de Empaque
PROCEDENCIA	NUMBER				Procedencia 1:IMP 2:NAC
COD_VIA	NUMBER				Codigo de Vía
COD_PAIS	NUMBER				Codigo de País
COD_TIP_MON	NUMBER				Codigo de Tipo de Moneda
FACTOR_EST	NUMBER				Factor Estimado
DSCTO_PERSONALIZADO	VARCHAR2	100			Descuento Personalizado
SINICIAL	NUMBER				Saldo Inicial
CAN_TOT	NUMBER				Unidades + Saldo Inicial
SFINAL	NUMBER				Saldo Final
FLAG_TT	NUMBER				Flag para saber si saldo inicial es Stock (0) o si el saldo inicial es de la temporada anterior(1)
REVISION_SP	NUMBER				Numero del 1 al 30
TIPOOC	NUMBER				1:Simple / 2:Pre-Distribuida
COD_TIPOESSENTIAL	NUMBER				Codigo de Atributo Essetial
COD_ATR1	NUMBER				Codigo SIn USAR
COD_ATR2	NUMBER				Codigo SIn USAR
COD_ATR3	NUMBER				Codigo SIn USAR

**Tabla: PLC\_PLAN\_COMPRA****Descripción:**

<b>Campo</b>	<b>Tipo Dato</b>	<b>Longitud</b>	<b>PK</b>	<b>FK</b>	<b>Descripción</b>
COD_TEMPORADA	NUMBER		X		Codigo De Temporada
DEP_DEPTO	VARCHAR2	15	X		Codigo De Departamento
NIV_JER1	NUMBER		X		Primer Nivel De Jerarquia
COD_JER1	VARCHAR2	15	X		Codigo De Primera Jerarquia ( Marca)
NIV_JER2	NUMBER		X		Segundo Nivel De Jerarquia
COD_JER2	VARCHAR2	15	X		Codigo De Segunda Jerarquia ( Linea)
ITEM	NUMBER		X		Codigo Interno Del Modelo
COD_SUBLIN	VARCHAR2	15	X		Codigo De Sublinea
COD_ESTILO	VARCHAR2	15	X		Codigo De Estilo
DES_ESTILO	VARCHAR2	200	X		Nombre Del Estilo
UNID	NUMBER				Unidade Del Modelo
UNIDH	NUMBER				Unidades Historicas Del Modelo
COSTO_UNIT	NUMBER				Costo Unitario Dolares
COSTO_UNITH	NUMBER				Costo Unitario Historico
COSTO_TOT	NUMBER				Costo Total Dolares
COSTO_TOTH	NUMBER				Costo Total Historico
PRECIO_BLANCO	NUMBER				Precio Blanco

PRECIO_BLANCOH	NUMBER				Precio Blanco Historico
COMPOSICION	VARCHAR2	200			Composicion Del Modelo
COD_VIA	NUMBER				Codigo De Vía Transporte
COD_PAIS	NUMBER				Codigo De Pais De Procedencia
PROVH	VARCHAR2	200			Proveedor Historico
COD_PROVEEDOR	NUMBER				Codigo De Proveedor Actual
COLECCION	VARCHAR2	200			Coleccion Del Modelo
COD_EXHIB	NUMBER				Exhibicion Del Modelo
COD_TEMP	VARCHAR2	10			Codigo De Temporada 1:Oi 2:Pv 3:Tt
SEMINI	VARCHAR2	10			Semana De Inicio
SEMINIH	VARCHAR2	10			Semana De Inicio Historico
SEMFIN	VARCHAR2	10			Semana De Fin
SEMFINH	VARCHAR2	10			Semana De Fin Histirico
CICLO	VARCHAR2	4			Ciclo (Semanas)
CICLOH	VARCHAR2	4			Ciclo (Semanas) Historico
EMB	VARCHAR2	100			Embarque
USR_CRE	VARCHAR2	20			Usuario De Creacion
FEC_CRE	DATE				Fecha De Creacion
USR_MOD	VARCHAR2	20			Usuario De Modificacion
FEC_MOD	DATE				Fecha De Modificacion
NUMCOLOR	NUMBER				Numero De Colores
TIPO_DSCTO	NUMBER				Tipo De Descuento
FLAG_DSCTO	NUMBER				Activacion Del Tipo De Descuento
TIPO_CICLO	NUMBER				Tipo De Ciclo De Vida
COD_ESTILO_VIDA	NUMBER				Codigo De Estilo De Vida Del Estilo
COD_OCACION_USO	NUMBER				Codigo De Ocacion De Uso Del Estilo
CURVAMIN	NUMBER				Curva Minima De Tallas
TIPO_DIST	NUMBER				Tipo De Distribucion
GM	NUMBER				Gross Margin
DSCTOPROM	NUMBER				Descuento Promedio
PROCEDENCIA	VARCHAR2	50			0: Sin Procedencia / 1: Importado / 2: Nacional
COSTO_FOB	NUMBER				Costo Fob
COSTO_INSP	NUMBER				Costo De Inspeccion
BAS_MOD	VARCHAR2	100			Atributo Piramide Mix
TALLATIPO	VARCHAR2	100			Tipo De Talla Personalizada
TALLA	VARCHAR2	300			Tallas
CURVAN	VARCHAR2	100			Curvas De Tallas
CURVAPOR	VARCHAR2	100			Porcentaje De Tallas
COSTO_HANGER	NUMBER				Costo Hanger
COSTO_STICKER	NUMBER				Costo Sticker

COD_TRADER	NUMBER				Codigo De Trader
TIPO_COMPRA	VARCHAR2	1			C: Color / M: Modelo
SEG_ASIG	VARCHAR2	200			Segmento Asignado Del Modelo
TIENDAS	NUMBER				Numero De Tiendas
UNIT	NUMBER				Unidades Asignadas Por Modelo
ROT	NUMBER				Rotacion De Reposición
DUMPING_POR	NUMBER				% Dumping
DUMPING_DOL	NUMBER				Costo Dumping
DSCTOOBJ	NUMBER				Dscuento Objetivo
RANKVTA	NUMBER				Atributo Ranking De Venta
FACTOR_EST	NUMBER				Factor Estimado
TRADER_POR	NUMBER				% Trader
TRADER_DOL	NUMBER				Costo Trade
ROYALTY_POR	NUMBER				% Royalty
ROYALTY_DOL	NUMBER				Costo Royalty
VIAJE	VARCHAR2	100			Descripcion Del Viaje
COSTO_TARGET	NUMBER				Costo Target Historico
DESCMODELO	VARCHAR2	100			Descripcion Del Modelo
ESTADOC1	NUMBER				Estado Del Modelo
CICLOVIDADECO	NUMBER				Atributo Ciclo De Vida Para Decohogar
ESTILOVIDADECO	NUMBER				Atributo Estilo De Vida Para Decohogar
BASICO_MODA	NUMBER				Atributo Basico/Moda No Es Whitaker
ESTADOCICLO	NUMBER				Estado Del Ciclo De Vida
ESTADODIST	NUMBER				Estado De La Distribucion
ALIAS_PROV	VARCHAR2	100			Alias Del Proveedor
COD_TIP_MON	NUMBER				Codigo De Tipo De Moneda
COD_TEMP_PROD	NUMBER				Codigo De Temporada Producto Deco
EMPAQUE	NUMBER				Codigo De Emparque Segun Pmm
REORDER	NUMBER				Si/No
ITEM_REORDER_REF	NUMBER				Item De Referencia Reorder

**Tabla: PLC\_PLAN\_COMPRA\_COLOR\_TALLA****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_TEMPORADA	NUMBER		X		Código de Temporada
DEP_DEPTO	VARCHAR2	15	X		Código de Departamento
NIV_JER1	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 1
COD_JER1	VARCHAR2	15	X		Código de Jerarquía 1
NIV_JER2	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 2
COD_JER2	VARCHAR2	15	X		Código de Jerarquía 2

ITEM	NUMBER		X		Código Interno del Modelo
COD_SUBLIN	VARCHAR2	15	X		Código de SubLinea
COD_ESTILO	VARCHAR2	15	X		Código de Estilo
DES_ESTILO	VARCHAR2	100	X		Nombre del Estilo
COD_COLOR	NUMBER		X		Código del Color
COD_TALLA	NUMBER		X		Código de Talla
PORCENTAJE	NUMBER				Porcentaje
UNIDADES	NUMBER				Unidades de distribución
USR_CRE	VARCHAR2	20			Usuario de Creación
FEC_CRE	DATE				Fecha de Creación
USR_MOD	VARCHAR2	20			Usuario de Modificación
FEC_MOD	DATE				Fecha de Modificación
COD_UNQ_PLAN	VARCHAR2	100			Código Único de Planif.
ID	NUMBER				Código Interno de La Opcion
NUMPROFORMA	VARCHAR2	50			Numero de Proforma
NUMORDENCOMPRA	VARCHAR2	50			Numero de Orden Compra
MODELOPMM	VARCHAR2	50			Modelo en PMM
CODIGOPADRE	VARCHAR2	100			Código de Modelo
CODSKU	VARCHAR2	100			Código Sku
FECREALEMBOCPMM	DATE				Fecha Real Embarque PMM
FECRECEPOCPMM	DATE				Fecha Recep. OC PMM
PERIODORECEPPMM	VARCHAR2	50			Periodo de Recep PMM
DIFFECREAL_FECVENT	CHAR	20			Diferencia Real vs Vent Emb
SEMPANIFRECEPCD	VARCHAR2	50			Semana Planificada Recep
PERIODOPANIFRECEPCD	VARCHAR2	50			Periodo Planificado Recep
FECPLANIFEMB	DATE				Fecha Planificación Emb.
MODELOSKU	VARCHAR2	100			Modelo SKU
COD_PRD	VARCHAR2	20			Código de variación
COD_MOD	VARCHAR2	20			Código de Modelo

**Tabla: PLC\_PLAN\_COMPRA\_COLOR\_TDA****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_TEMPORADA	NUMBER		X		Código de Temporada
DEP_DEPTO	VARCHAR2	15	X		Código de Departamento
NIV_JER1	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 1
COD_JER1	VARCHAR2	15	X		Código de Jerarquía 1
NIV_JER2	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 2
COD_JER2	VARCHAR2	15	X		Código de Jerarquía 2
ITEM	NUMBER		X		Código Interno del Modelo
COD_SUBLIN	VARCHAR2	15	X		Código de SubLinea
COD_ESTILO	VARCHAR2	15	X		Código de Estilo
DES_ESTILO	VARCHAR2	300	X		Nombre del Estilo

COD_COLOR	NUMBER		X		Código de Color
COD_TDA	NUMBER		X		Código de Tienda
CURVA	NUMBER				Curva por Tienda
USR_CRE	VARCHAR2	20			Usuario Creación
FEC_CRE	DATE				Fecha Creación
USR_MOD	VARCHAR2	20			Usuario Modificación
FEC_MOD	DATE				Fecha Modificación
ID	NUMBER				Código Interno de la Opción
SEM_INI	VARCHAR2	15			Semana de Inicio Activación
SEM_FIN	VARCHAR2	15			Semana de Fin Activación
FLAG	NUMBER	1			Estado

**Tabla: PLC\_PLAN\_COMPRA\_COLOR\_EMB****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_TEMPORADA	NUMBER		X		Código de Temporada
DEP_DEPTO	VARCHAR2	15	X		Código de Departamento
NIV_JER1	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 1
COD_JER1	VARCHAR2	15	X		Código de Jerarquía 1
NIV_JER2	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 2
COD_JER2	VARCHAR2	15	X		Código de Jerarquía 2
ITEM	NUMBER		X		Código Interno del Modelo
COD_SUBLIN	VARCHAR2	15	X		Código de SubLinea
COD_ESTILO	VARCHAR2	15	X		Código de Estilo
DES_ESTILO	VARCHAR2	100	X		Nombre del Estilo
COD_COLOR	NUMBER		X		Código de Color
COD_VENTANA	NUMBER		X		Código de Ventana Embarque
PORCENTAJE	NUMBER				Porcentaje por Vent. Emb.
USR_CRE	VARCHAR2	20			Usuario Creación
FEC_CRE	DATE				Fecha Creación
USR_MOD	VARCHAR2	20			Usuario Modificación
FEC_MOD	DATE				Fecha Modificación
UNID	NUMBER				Unidades de Vent. Emb.
COSTO_EMB	NUMBER				Costo de Embarque
ID	NUMBER				Código Interno por Opción

**Tabla: PLC\_PLAN\_COMPRA\_TALLA****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_TEMPORADA	NUMBER		X		Código de Temporada
DEP_DEPTO	VARCHAR2(15)	15	X		Código de Departamento
NIV_JER1	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 1
COD_JER1	VARCHAR2(15)	15	X		Código de Jerarquía 1
NIV_JER2	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 2

COD_JER2	VARCHAR2(15)	15	X		Código de Jerarquía 2
ITEM	NUMBER		X		Código Interno del Modelo
COD_SUBLIN	VARCHAR2(15)	15	X		Código de SubLinea
COD_ESTILO	VARCHAR2(15)	15	X		Código de Estilo
DES_ESTILO	VARCHAR2(100)	100	X		Nombre del Estilo
COD_TALLA	NUMBER		X		Código de Talla
PORCENTAJE	NUMBER		X		Porcentaje por Talla
UNIDADES	NUMBER				Unidades por Talla
USR_CRE	VARCHAR2(20)	20			Usuario Creación
FEC_CRE	DATE				Fecha Creación
USR_MOD	VARCHAR2(20)	20			Usuario Modificación
FEC_MOD	DATE				Fecha Modificación
CURVAMIN	NUMBER				Curva Mínima de Exhibición
INDICE	NUMBER				Correlativo de Index.

**Tabla: PLC\_PLAN\_COMPRA\_OC****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_TEMPORADA	NUMBER		X		Código de Temporada
DEP_DEPTO	VARCHAR2(15)	15	X		Código de Departamento
NIV_JER1	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 1
COD_JER1	VARCHAR2(15)	15	X		Código de Jerarquía 1
NIV_JER2	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 2
COD_JER2	VARCHAR2(15)	15	X		Código de Jerarquía 2
ITEM	NUMBER		X		Código Interno del Modelo
COD_SUBLIN	VARCHAR2(15)	15	X		Código de SubLinea
COD_ESTILO	VARCHAR2(15)	15	X		Código de Estilo
DES_ESTILO	VARCHAR2(100)	100	X		Nombre del Estilo
VENT_EMB	VARCHAR2(2)	2	X		Código de Vent. Emb.
PROFORMA	VARCHAR2(100)	100	X		Numero de Proforma
PO_NUMBER	NUMBER				Numero de Orden Compra
COD_PADRE	VARCHAR2(100)	100			Código Padre
USR_CRE	VARCHAR2(20)	20			Usuario Creación
FEC_CRE	DATE				Fecha Creación
USR_MOD	VARCHAR2(20)	20			Usuario Modificación
FEC_MOD	DATE				Fecha Modificación
ESTADO	NUMBER				Estado de Ajuste INS

**Tabla: PLC\_PLAN\_COMPRA\_PI\_CAB****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_TEMPORADA	NUMBER		X		Código de Temporada
DEP_DEPTO	VARCHAR2	15	X		Código de Departamento
NIV_JER1	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 1
COD_JER1	VARCHAR2	15	X		Código de Jerarquía 1

PI_NUMBER	VARCHAR2	100	X		Numero de Proforma
PI_DATE	VARCHAR2	100			Fecha de Proforma
CURRENCY	VARCHAR2	100			Moneda de Proforma
TOTAL_INVOICE_AMOUNT	VARCHAR2	100			Monto Total Proforma
BUYER	VARCHAR2	100			Comprador
SEASON_YEAR	VARCHAR2	100			Temporada compra
BENEFICIARY	VARCHAR2	100			Proveedor
RUT	VARCHAR2	100			Código Proveedor
DEPARTAMENT	VARCHAR2	100			Departamento Ripley
VENDOR	VARCHAR2	100			Proveedor
ADRESS_VENDOR	VARCHAR2	200			Dirección Proveedor
PHONE_VENDOR	VARCHAR2	100			Telefono Proveedor
ADDITIONAL_INFORMATION	VARCHAR2	200			Informacion Adicional del Proveedor
CONTACTO_PERSON_VENDOR	VARCHAR2	100			Contacto del Proveedor
ADDRESS_BENEFICIARY	VARCHAR2	100			Dirección del Proveedor
ADVISIN_BANK	VARCHAR2	100			Nombre Banco
ADDRESS_ADVISIN_BANK	VARCHAR2	200			Dirección del Banco
ACCOUNT_	VARCHAR2	100			Número de Cuenta
TELEX_ADVISIN_BANK	VARCHAR2	100			
MERCHANDISER	VARCHAR2	100			Personal de Mercadotecni
LOGISTICS	VARCHAR2	100			Personal de Logística
DATE_DELIVERY	VARCHAR2	100			Fecha de Embarque
FROM_	VARCHAR2	100			Fecha de Embarque Inicio
TO_	VARCHAR2	100			Fecha de Embarque Fin
INCOTERM	VARCHAR2	100			Forma de Pago
TERMS_DELIVERY	VARCHAR2	100			Vía de Transporte
PORT_LOADING	VARCHAR2	100			Puerto de Embarque
ORIGIN_GOODS	VARCHAR2	100			País de Origen
TEMS_PAYMENT	VARCHAR2	100			Términos de Pago
TOTAL_GROSS_WEIGHT	VARCHAR2	100			Peso Total
TOTAL_MEASUREMENT	VARCHAR2	100			Documentos
TOTAL_NUMBER_CARTONS	VARCHAR2	100			Cajas Total
TOTAL_QUANTITY	VARCHAR2	100			Total de Unidades
USR_CRE	VARCHAR2	20			Usuario Creación
FEC_CRE	DATE				Fecha Creación
USR_MOD	VARCHAR2	20			Usuario Modificación



FEC_MOD	DATE				Fecha Modificación
SHIPPMENT_DATE	DATE				Fecha de Embarque
DRAF_DOCUMENTS_SEND_DATE	DATE				Fecha de Entrega de Documentos

**Tabla: PLC\_PLAN\_COMPRA\_PI\_DET****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_TEMPORADA	NUMBER		X		Código de Temporada
DEP_DEPTO	VARCHAR2	15	X		Código de Departamento
NIV_JER1	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 1
COD_JER1	VARCHAR2	15	X		Código de Jerarquía 1
NIV_JER2	NUMBER		X		Nivel de Jerarquía 2
COD_JER2	VARCHAR2	15	X		Código de Jerarquía 2
ITEM	NUMBER		X		Código Interno del Modelo
COD_SUBLIN	VARCHAR2	15	X		Código de SubLinea
COD_ESTILO	VARCHAR2	15	X		Código de Estilo
DES_ESTILO	VARCHAR2	100	X		Nombre del Estilo
ID	NUMBER		X		Código Interno de la Opción
COD_COLOR	NUMBER		X		Código del Color Plan
TALLA	VARCHAR2	100			Tallas Plan
PROFORMA	VARCHAR2	100			Numero de Proforma
NOM_IMG	VARCHAR2	100			Nombre de la Imagen
IMAGEN	BLOB	100			Archivo Imagen JPG
DES_ESTILOPI	VARCHAR2	100			Nombre del Estilo en PI
COLOR_PI	VARCHAR2	100			Color en PI
TALLA_PI	VARCHAR2	100			Tallas en PI
USR_CRE	VARCHAR2	20			Usuario Creación
FEC_CRE	DATE				Fecha Creación
USR_MOD	VARCHAR2	20			Usuario Modificación
FEC_MOD	DATE				Fecha Modificación
PRECIO_BLANCO	NUMBER				Precio Blanco del Estilo
COMPOSICION	VARCHAR2	200			Composición del Estilo

**Tabla: PLC\_AGOT\_MOD\_SEM\_HIS****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
DIVISION	VARCHAR2	100			Nombre de la División
DEP_DEPTO	VARCHAR2	25			Código de Departamento
DEPARTAMENTO	VARCHAR2	100			Nombre del Departamento
COD_MARCA	VARCHAR2	25			Código de Marca
MARCA	VARCHAR2	100			Nombre de la Marca



COD_LINEA	VARCHAR2	25			Código de Línea
LINEA	VARCHAR2	100			Nombre de la Línea
COD_TEMP_PLAN	VARCHAR2	5			Código de Temporada Plan
SEMANA	VARCHAR2	25			Semana de Venta
PRIM_VENT_EMB	VARCHAR2	15			Primer Embarque
COD_PADRE	VARCHAR2	15			Código Padre
SEM_EQUIV	VARCHAR2	10			Semana Equivalente Hist
UND_COMPRA_HIS	NUMBER				Unidades Compra Hist
UND_VTA_HIS	NUMBER				Unidades Venta Hist.
UND_VTA_HIS_ACUM	NUMBER				Unidades Venta Acum Hist.
VTA_HIS_SOL	NUMBER				Venta Hist en Soles
VTA_HIS_SOL_ACUM	NUMBER				Venta Acum en Soles
CONTRIB_HIS	NUMBER				Contribución Hist.
CONTRIB_HIS_ACUM	NUMBER				Contribución Acum Hist.
IND_MOD_CON_VTA_H1	NUMBER				Indicador de Historia
UND_COMPRA_HIS2	NUMBER				
UND_VTA_HIS2	NUMBER				
UND_VTA_HIS_ACUM2	NUMBER				
VTA_HIS_SOL2	NUMBER				
VTA_HIS_SOL_ACUM2	NUMBER				
CONTRIB_HIS2	NUMBER				
CONTRIB_HIS_ACUM2	NUMBER				
IND_MOD_CON_VTA_H2	NUMBER				
COD_TEMPORADA	NUMBER				Código de Temporada
TIPO_MARCA	VARCHAR2	25			Tipo de Marca
VTACTO_HIS	NUMBER				Venta con Descuento Hist
VTACTO_HIS_ACUM	NUMBER				Venta con Dsct Acum Hist
VTACTO_HIS2	NUMBER				
VTACTO_HIS2_ACUM	NUMBER				
AGOT_HIS	NUMBER				Agotamiento Histórico
SOL_COMPRA_HIS	NUMBER				Compra en Soles Historia
SOL_COMPRA_HIS2	NUMBER				
AGOT_HIS2	NUMBER				
GMA_HIS	NUMBER				Gross Margin Historia
GMA_HIS2	NUMBER				
COD_AREA	VARCHAR2	15			Código de Área
AREA	VARCHAR2	100			Nombre del Área

**Tabla: GST\_MAEAREAS****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
ARE_AREA	VARCHAR2	15	X		Código del Área
ARE_DESCRIPCION	VARCHAR2	50			Nombre del Área
DIV_DIVISION	VARCHAR2	15			Código de Área

**Tabla: GST\_MAETIPOOC****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
TOC_TIPOOC	VARCHAR2	12	X		Código de Tipo OC
TOC_DESCRIPCION	VARCHAR2	40			Descripción del Tipo OC

**Tabla: PLC\_PERIODO****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_PERIODO	NUMBER	15	X		Código del Periodo
DES_PERIODO1	VARCHAR2	10			Descripción del Periodo para OI
DES_PERIODO2	VARCHAR2	10			Descripción del Periodo para PV

**Tabla: GST\_MAECADENA****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
CAD_CADENA	NUMBER	12	X		Código de Cadena
CAD_NOMBRE	VARCHAR2	50			Nombre de Cadena

**Tabla: GST\_MAEDIVISI****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
DIV_DIVISION	VARCHAR2	15	X		Código del División
DIV_DESCRIPCION	VARCHAR2	50			Nombre del División

**Tabla: GST\_MAEPRDNEG****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
PNG_PRODUCTO	VARCHAR2	15			Código del Producto
PNG_TIPONEGOCIACION	VARCHAR2	10			Código del Tipo de Negociación

**Tabla: GST\_MAEPROVEE****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
PRV_NUMPROVEEDOR	NUMBER	12	X		Número del Proveedor
PRV_RUTPROVEEDOR	VARCHAR2	10			Código del Proveedor
PRV_NOMBRE	VARCHAR2	40			Nombre del proveedor
PRV_CONTROL	NUMBER	12			Estado
PRV_PROCEDENCIA	VARCHAR2	1			Procedencia del

					Proveedor
--	--	--	--	--	-----------

**Tabla: GST\_MAETIPNEG****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
TNG_TIPONEGOCIACION	VARCHAR2	10	X		Código del Tipo de Negociación
TNG_DESCRIPCION	VARCHAR2	30			Nombre del Tipo de Negociación.

**Tabla: PLC\_VENTANA****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_VENTANA	VARCHAR2	3	X		Código de Ventana
VENT_DESCRI	VARCHAR2	9			Nombre de la Ventana

**Tabla: GST\_MAEZONAS****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
ZON_ZONA	NUMBER	12	X		Código de Zona
ZON_NOMBRE	VARCHAR2	50			Nombre de la Zona

**Tabla: GST\_MAEPRODUC****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
PRD_LVL_CHILD	NUMBER	12			Código Interno del Producto
PRD_PRODUCTO	VARCHAR2	15	X		Código del Producto
PRD_DESCRIPCION	VARCHAR2	50			Descripción del Producto
PRD_DIVISION	VARCHAR2	15			Código de División
PRD_AREA	VARCHAR2	15			Código de Área
PRD_DEPTO	VARCHAR2	15			Código de Departamento
PRD_LINEA	VARCHAR2	15			Código de Línea
PRD_SUBLINEA	VARCHAR2	15			Código de SubLinea
PRD_MODELO	VARCHAR2	15			Código de Estilo
PRD_VARIACION	VARCHAR2	15			Código de Variación
PRD_ESTADOATR	CHAR	1			Estado del Producto
PRD_NIVEL	CHAR	1			Nivel de Jerarquía
PRD_PADRE	VARCHAR2	15			Código Padre
PRD_PRECIO	NUMBER	21,3			Precio Blanco
PRD_RUTPROVEEDOR	VARCHAR2	10			Código del Proveedor
PRD_CODMARCA	VARCHAR2	12			Código de Marca
PRD_CODESTACION	VARCHAR2	10			Código de Estación
PRD_TIPONEGOCIACION	VARCHAR2	10			Tipo de Negociación
GCMPD_COD_EST	NUMBER	2			
GCMPD_COC_EST	CHAR	3			
GCMPD_GLS_EST	VARCHAR2	30			

GCMPD_TYP_IND	VARCHAR2	1			
---------------	----------	---	--	--	--

**Tabla: GST\_CALENDARIO****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
AGNO	VARCHAR2	5	X		Año Comercial
TEMPORADA	VARCHAR2	7			Temporada
CUARTO	VARCHAR2	7			Cuarto
PERIODO	VARCHAR2	7			Periodo
SEMANA	VARCHAR2	7			Semana Comercial
FECHA	DATE				Fecha
AGNO_REAL	NUMBER	4			Año Real
SEM_REAL	NUMBER	2			Semana Real

**Tabla: PLC\_TIPO\_MONEDA****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_TIP_MON	NUMBER	5	X		Código Tipo Moneda
NOM_TIP_MON	VARCHAR2	50			Nombre Tipo Moneda
USR_CRE	VARCHAR2	20			Usuario De Creación
FEC_CRE	DATE				Fecha De Creación
USR_MOD	VARCHAR2	20			Usuario De Modificación
FEC_MOD	DATE				Fecha De Modificación
COD_TIPO_MON_IMP	NUMBER				Codigo De Tipo De Moneda Imp Precierre

**Tabla: PLC\_TEMPORADA****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_TEMPORADA	NUMBER		X		Código Temporada
NOM_TEMPORADA_CORTO	VARCHAR2	20			Nombre Corto Temporada
NOM_TEMPORADA	VARCHAR2	100			Nombre Temporada
COD_EST_TEMP	NUMBER				Código Estado De Temporada
USR_CRE	VARCHAR2	20			Usuario De Creación
FEC_CRE	DATE				Fecha De Creación
USR_MOD	VARCHAR2	20			Usuario De Modificación
FEC_MOD	DATE				Fecha De Modificación
NOM_TEMPORADA_BMT	VARCHAR2	20			Nombre Para Bmt
COD_TEMPORADA_IN_SEASON	NUMBER				Código Temporada In Season
COD_SEMPERIODO	NUMBER				Código Semperiodo Por Defecto
TEMP_ACT	NUMBER				Flag De Temporada Actual

**Tabla: GST\_MAESUCURS****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
SUC_LVL_CHILD	NUMBER	12	X		Código Interno de Sucursal
SUC_SUCURSAL	NUMBER	12			Código de Sucursal
SUC_NOMBRE	VARCHAR2	50			Nombre de Sucursal
SUC_DISTRITO	NUMBER	12			Código de Distrito
SUC_ZONA	NUMBER	12			Código de Zona
SUC_CADENA	NUMBER	12			Código de Cadena
SUC_TIPOSUCURSAL	CHAR	1			Tipo de Sucursal
SUC_METROCUADRADO	NUMBER	12			Tamaño en M2
SUC_FECHAAPERTURA	DATE				Fecha de Apertura

**Tabla: GST\_MAEMARCAS****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
MAR_MARCA	NUMBER	12	X		Código Interno de Marca
MAR_CODMARCA	VARCHAR2	12			Código de Marca
MAR_DESCRIPCION	VARCHAR2	40			Descripción de Marca

**Tabla: GST\_MAESUBLIN****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
SLI_SUBLINEA	VARCHAR2	15	X		Código de SubLínea
SLI_DESCRIPCION	VARCHAR2	50			Descripción de SubLínea

**Tabla: GST\_MAEDISTRITO****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
DIS_DISTRITO	NUMBER	12	X		Código de Distrito
DIS_NOMBRE	VARCHAR2	50			Descripción de Distrito

**Tabla: GST\_MAE LINEAS****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
LIN_LINEA	VARCHAR2	15	X		Código de Línea
LIN_DESCRIPCION	VARCHAR2	50			Descripción de Línea

**Tabla: PLC\_CONTINENTE****Descripción:**

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
COD_CONTINENTE	NUMBER		X		Código Continente
NOM_CONTINENTE	VARCHAR2	50			Nombre Continente
USR_CRE	VARCHAR2	20			Usuario De Creación
FEC_CRE	DATE				Fecha De Creación
USR_MOD	VARCHAR2	20			Usuario De Modificación
FEC_MOD	DATE				Fecha De modificación

**Tabla: GST\_MAEDEPTOS****Descripción:**

<b>Campo</b>	<b>Tipo Dato</b>	<b>Longitud</b>	<b>PK</b>	<b>FK</b>	<b>Descripción</b>
DEP_DEPTO	varchar2(15)	15	X		Código de Departamento
DEP_DESCRIPCION	varchar2(50)	50			Descripción de Departamento
DEP_COC_ARA	varchar2(15)	15			Código de Área
DEP_DES_ARA	varchar2(50)	50			Descripción de Área
DEP_COC_DVS	varchar2(15)	15			Código de División
DEP_DES_DVS	varchar2(50)	50			Descripción de División

#### 1.4. Modelo Dimensional

Habiendo realizado el análisis de las entrevistas y los requerimientos, pasaremos a identificar las medidas y dimensiones orientadas a analizar la información en sus diferentes niveles.

##### 1.4.1. Elección de las Dimensiones

Para determinar las dimensiones con el que iba a contar el DataMart, se empezó ha identificado las variables de análisis por las cuales el usuario suele elaborar sus reportes. Entre las más destacadas se encontraron:

- Porcentaje de Agotamiento del producto por semana
- Porcentaje de Gross Margin del productos por semana
- Curva de Exhibicion de los productos
- Unidad Minima de Exhibicion por Producto y Sucursal
- UME Sugerida por Productos y Sucursal
- Rotacion de Stock por Sucursal
- Agotamiento en Unidades por Productos y Sucursal
- Venta con Descuento del Producto por semana
- Compra por Ventana de Embarque
- Porcentaje de Contribución
- Exceso en el Agotamiento Real vs Historia por Producto
- Exceso en el Agotamiento Real vs Plan Por Producto
- Exceso en el Agotamiento Plan vs Historia por Producto
- Defecto en el Agotamiento Real vs Historia Por Producto
- Defecto en el Agotamiento Real vs Plan Por Producto
- Cubicaje por Sucursal y Departamento/Marca/Linea
- Exceso de Stock por Sucursal
- Defecto de Stock por Sucursal
- Stock On Hand Disponible en CD
- Stock On Hand Disponible por Sucursal
- Stock On Order por Sucursal
- Productos y su Jerarquia

- Venta al Costo por Proveedor
- Compra por Proveedor

Se agrupan las variables de análisis por la afinidad entre ellas, generalmente cada una viene a ser característica o atributos de alguna entidad importante que podría ser una dimensión

Dimensiones	
Producto	Unidad Minima de Exhibicion por Producto y Sucursal
	UME Sugerida por Productos y Sucursal
	Agotamiento en Unidades por Productos y Sucursal
	Exceso en el Agotamiento Real vs Historia por Producto
	Exceso en el Agotamiento Real vs Plan por Producto
	Exceso en el Agotamiento Plan vs Historia por Producto
	Defecto en el Agotamiento Real vs Historia por Producto
	Defecto en el Agotamiento Real vs Plan por Producto
	Curva de Exhibicion de los productos
	Productos y su Jerarquia
Calendario	Venta con Descuento del Producto por semana
	Porcentaje de Agotamiento del producto por semana
	Porcentaje de Gross Margin del productos por semana
	Porcentaje de Contribución por Semana
Sucursal	Rotacion de Stock por Sucursal
	Cubicaje por Sucursal y Departamento/Marca/Linea
	Exceso de Stock por Sucursal
	Defecto de Stock por Sucursal
	Stock On Hand Disponible en CD
	Stock On Hand Disponible por Sucursal
	Stock On Order por Sucursal
Proveedor	Venta al Costo por Proveedor
	Compra por Proveedor
Ventana Embarque	Compra por Ventana de Embarque

#### 1.4.2. Dimensiones Encontradas

Luego del análisis anterior se concluye que las dimensiones que confirman la DataMart son:

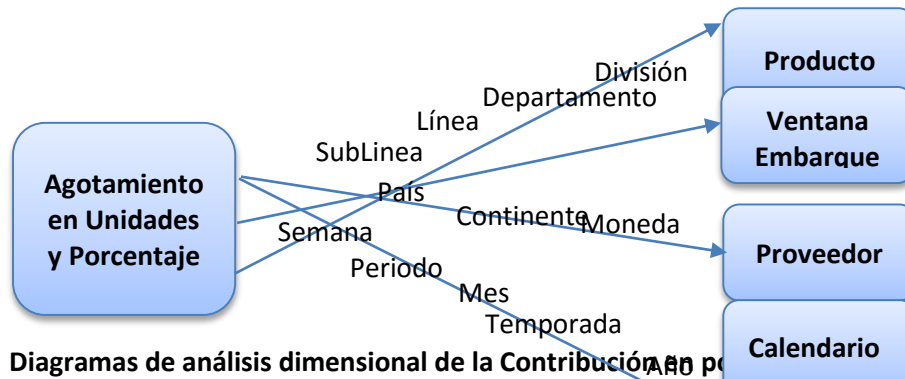
- Producto
- Calendario
- Sucursal
- Proveedor
- Ventana Embarque

### 1.4.3. Medidas Encontradas

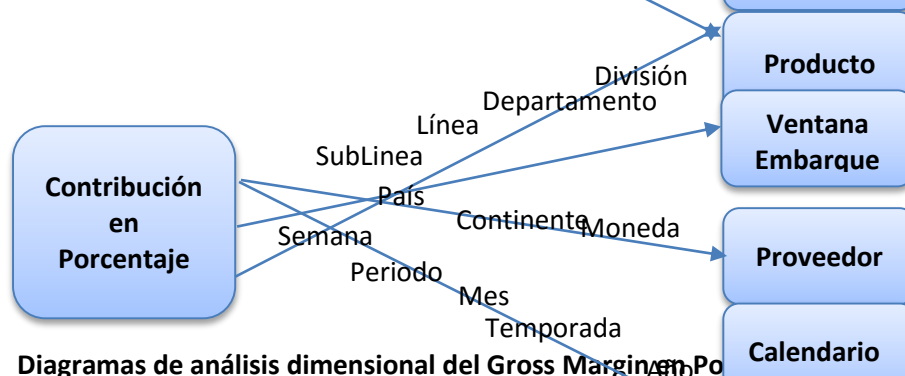
De acuerdo al análisis realizado, se encontraron las siguientes medidas:

- A. Agotamiento en Unidades y Porcentaje
- B. Contribución en Porcentaje
- C. Gross Margin en Porcentaje
- D. Rotación de Stock en Unidades y Curvas
- E. Compra y Venta en Unidades y Soles

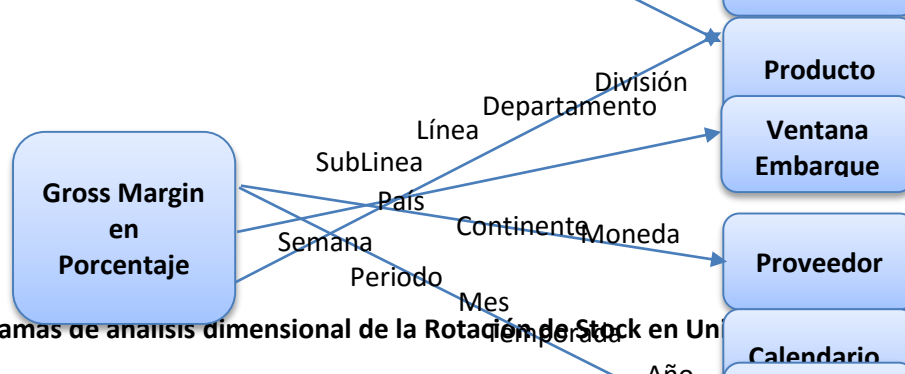
#### Diagramas de análisis dimensional del Agotamiento en unidades y porcentaje



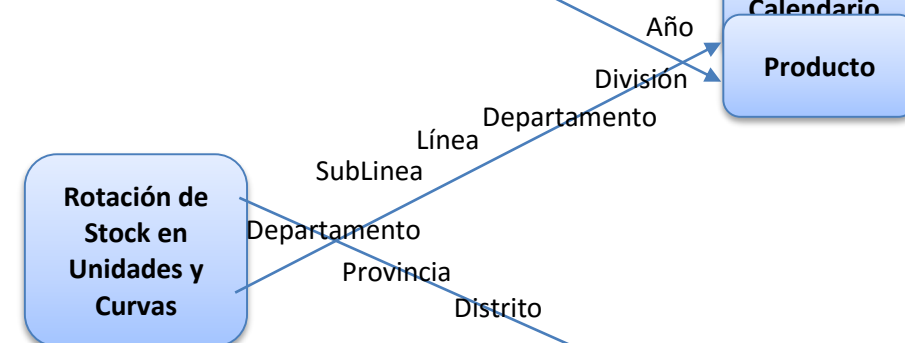
#### Diagramas de análisis dimensional de la Contribución en porcentaje



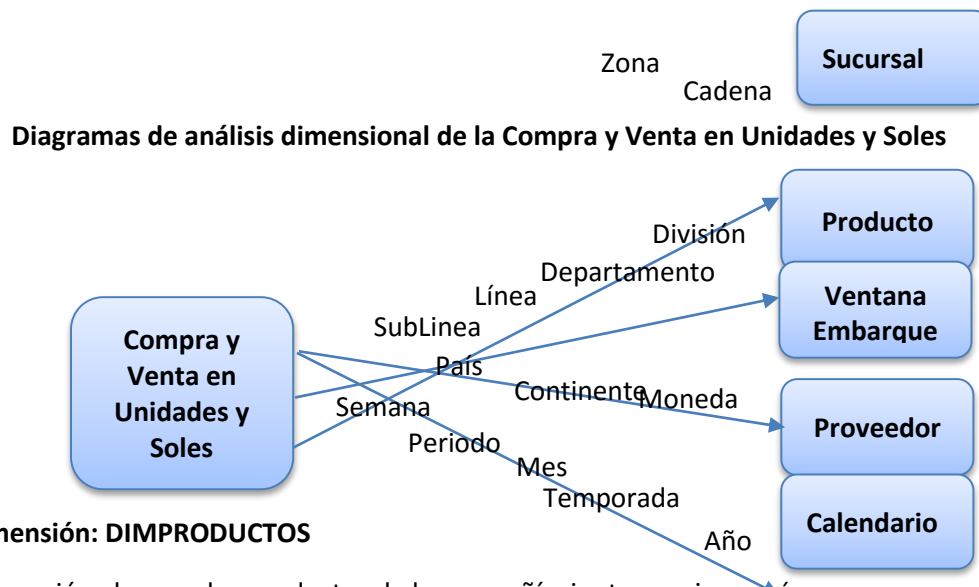
#### Diagramas de análisis dimensional del Gross Margin en porcentaje



#### Diagramas de análisis dimensional de la Rotación de Stock en Unidades y Curvas







**a) Dimensión: DIMPRODUCTOS**

Esta dimensión abarca a los productos de la compañía, junto a su jerarquía, marca y proveedor.

**Jerarquía:**

Nivel	Atributo
Nivel 1	División
Nivel 2	Departamento
Nivel 3	Línea
Nivel 4	SubLínea
Nivel 5	Productos

**b) Dimensión: DIMCALENDARIO**

Esta dimensión abarca todas las semanas comerciales de venta, junto a los periodos de la temporada, meses y años.

**Jerarquía:**

Nivel	Atributo
Nivel 1	Año
Nivel 2	Mes
Nivel 3	Periodo
Nivel 4	Semana

**c) Dimensión: DIMSUCURSAL**

Esta dimensión abarcar las sucursal de la compañía, junto a las cadenas de ventas, las zonas, el distrito, la provincia y el departamento donde geográficamente se encuentran.

**Jerarquía:**

Nivel	Atributo
Nivel 1	Departamento
Nivel 2	Provincia
Nivel 3	Distrito
Nivel 4	Zona
Nivel 5	Cadena
Nivel 6	Sucursal

**d) Dimensión: DIMVENT\_EMBARQUE**

Esta Dimensión abarca las ventanas de embarque que son agrupación de fechas en una temporada de venta.

**e) Dimensión: DIMPROVEEDOR**

Esta dimensión abarca a los proveedores, el país, el continente y la moneda que se maneja.

**Jerarquía:**

Nivel	Atributo
Nivel 1	Continente
Nivel 2	País
Nivel 3	Moneda
Nivel 4	Proveedor

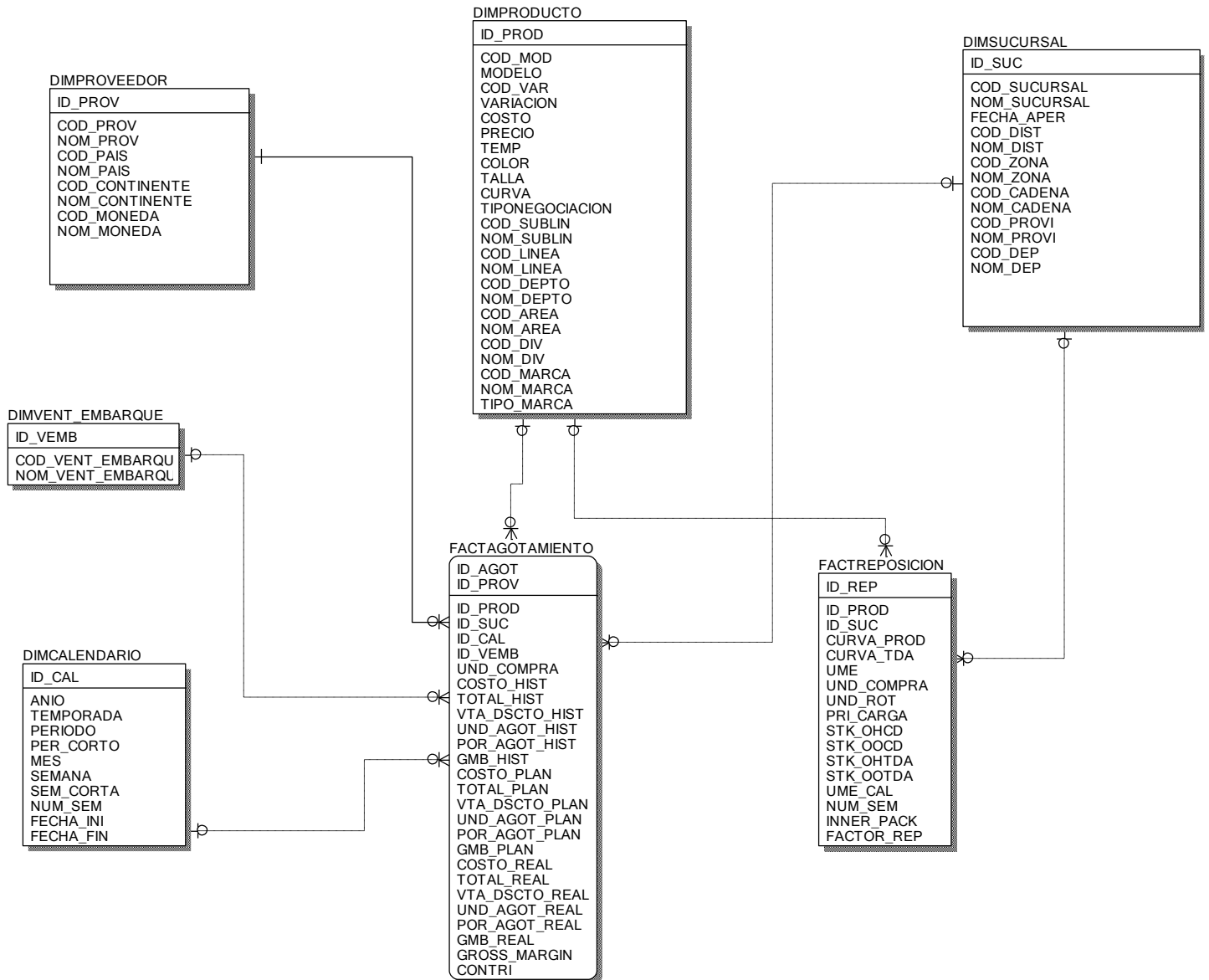
**1.4.4. Tabla de Hechos**

La tabla de hechos, representa el agotamiento, Contribución, Gross Margin, Rotación de Stock y Compra/Venta de los productos y Sucursales

Las Medidas de la Tabla de Hechos son:

- ✓ Gross Margin
- ✓ Agotamiento
- ✓ Contribución
- ✓ Rotación de Stock
- ✓ Compra/Venta

### Modelo de datos Dimensional



## 1.5. Diseño de la Arquitectura Técnica

La arquitectura de la solución de Inteligencia de Negocios, está conformada por tres grandes capas: datos, back room y front room.

### 1.5.1. Datos

Los datos que contribuyen la información del data Mart, se refieren los componentes principales de los procesos que llevan a la construcción de la aplicación.

Para el análisis de los datos, se comienza por analizar los datos fuentes que maneja Tienda por Departamento Ripley en el Área de Planificación, el tipo de base de datos y la estructura de tablas. Actualmente la base de datos se encuentra implementada en Oracle 9i.

Para el data Mart desarrollado, se requiere la información relacionada con el Agotamiento, su contribución, el gross margin, la rotación de stock y las compra/venta de los diversos

productos.

Para este caso las tablas utilizadas de la base de datos del Área de planificación de Tienda por Departamento Ripley fueron:

**a) DimCalendario:**

OLTP		OLAP	
Tabla	Campo	Tabla	Campo
GST_MAECALEND		DIMCALENDARIO	ID_CAL
GST_MAECALEND	CAL_AGNO	DIMCALENDARIO	ANIO
GST_MAECALEND	CAL_TEMPORADA	DIMCALENDARIO	TEMPORADA
GST_MAECALEND	CAL_PERIODO	DIMCALENDARIO	PERIODO
GST_MAECALEND	CAL_PERIODO	DIMCALENDARIO	PER_CORTO
GST_MAECALEND	CAL_FECHA_FIN	DIMCALENDARIO	MES
GST_MAECALEND	CAL_SEMANA	DIMCALENDARIO	SEMANA
GST_MAECALEND	CAL_SEMANA	DIMCALENDARIO	SEM_CORTA
GST_MAECALEND	CAL_SEM_REAL	DIMCALENDARIO	NUM_SEM
GST_MAECALEND	CAL_FECHA_INI	DIMCALENDARIO	FECHA_INI
GST_MAECALEND	CAL_FECHA_FIN	DIMCALENDARIO	FECHA_FIN

**b) DimSucursal:**

OLTP		OLAP	
Tabla	Campo	Tabla	Campo
GST_MAESUCURS		DIMSUCURSAL	ID_SUC
GST_MAESUCURS	SUC_SUCURSAL	DIMSUCURSAL	COD_SUCURSAL
GST_MAESUCURS	SUC_NOMBRE	DIMSUCURSAL	NOM_SUCURSAL
GST_MAESUCURS	SUC_FECHAAPERTURA	DIMSUCURSAL	FECHA_APER
GST_MAEDISTRI	DIS_DISTrito	DIMSUCURSAL	COD_DIST
GST_MAEDISTRI	DIS_NOMBRE	DIMSUCURSAL	NOM_DIST
GST_MAEDISTRI	P_PROVINCIA	DIMSUCURSAL	COD_PROVI
GST_MAEDISTRI	P_NOMBREPROV	DIMSUCURSAL	NOM_PROVI
GST_MAEDISTRI	D_DEPART	DIMSUCURSAL	COD_DEP
GST_MAEDISTRI	D_NOMBREDPTO	DIMSUCURSAL	NOM_DEP
GST_MAEZONAS	ZON_ZONA	DIMSUCURSAL	COD_ZONA
GST_MAEZONAS	ZON_NOMBRE	DIMSUCURSAL	NOM_ZONA
GST_MAECADENA	CAD_CADENA	DIMSUCURSAL	COD_CADENA
GST_MAECADENA	CAD_NOMBRE	DIMSUCURSAL	NOM_CADENA

**c) DimVent\_Embarque**

OLTP		OLAP	
Tabla	Campo	Tabla	Campo
PLC_VENTANA		DIMVENT_EMBARQUE	ID_VEMB
PLC_VENTANA	COD_VENTANA	DIMVENT_EMBARQUE	COD_VENT_EMBARQUE
PLC_VENTANA	VENT_DESCRI	DIMVENT_EMBARQUE	NOM_VENT_EMBARQUE

**d) DimProveedor**

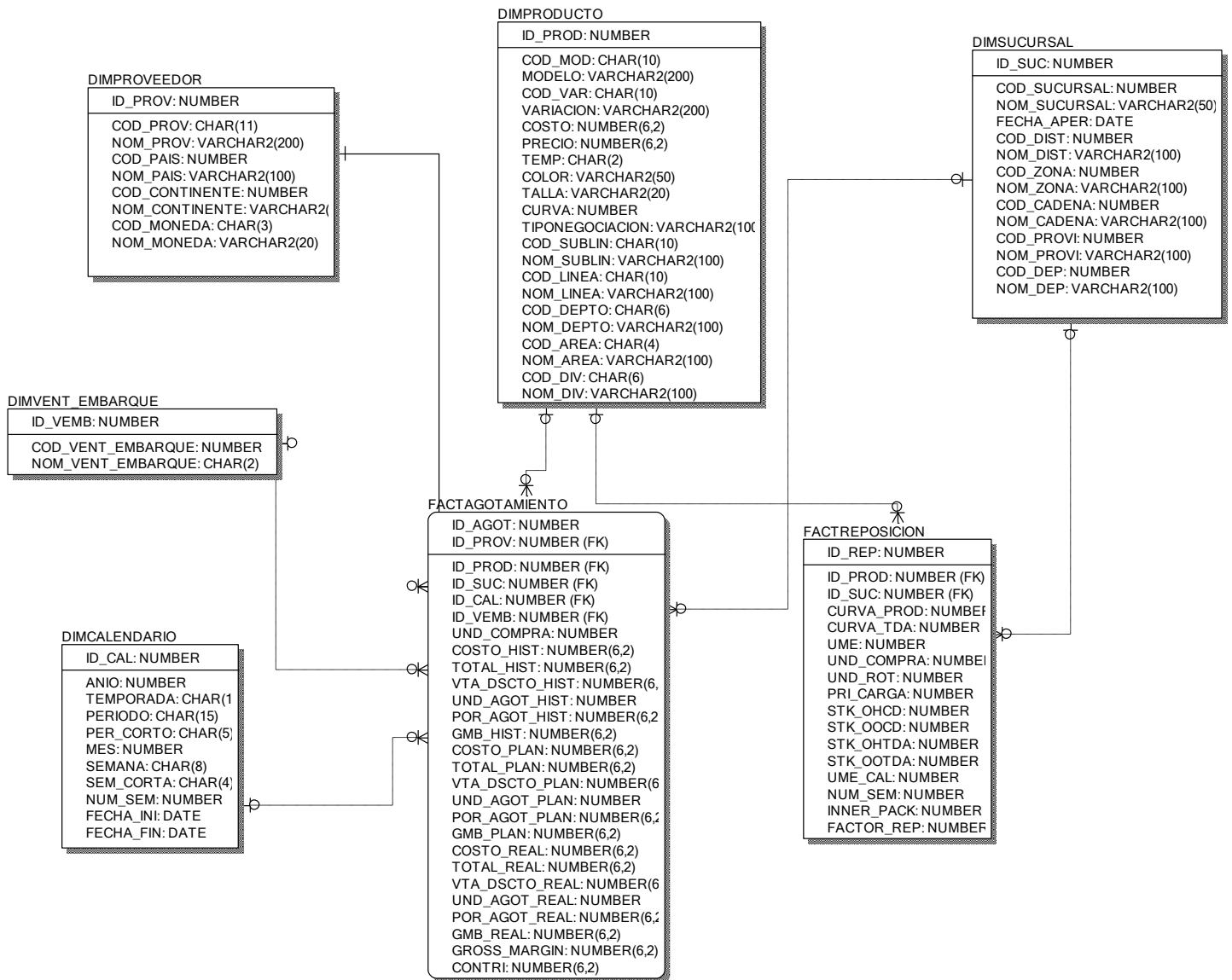
OLTP		OLAP	
Tabla	Campo	Tabla	Campo
GST_MAEPROVEE		DIMPROVEEDOR	ID_PROV
GST_MAEPROVEE	PRV_RUTPROVEEDOR	DIMPROVEEDOR	COD_PROV

GST_MAEPROVEE	PRV_NOMBRE	DIMPROVEEDOR	NOM_PROV
PLC_PAIS	CNTRY_LVL_CHILD	DIMPROVEEDOR	COD_PAIS
PLC_PAIS	CNTRY_NAME	DIMPROVEEDOR	NOM_PAIS
PLC_CONTINENTE	COD_CONTINENTE	DIMPROVEEDOR	COD_CONTINENTE
PLC_CONTINENTE	NOM_CONTINENTE	DIMPROVEEDOR	NOM_CONTINENTE
GST_MAEPROVEE	PRV_PROCEDENCIA	DIMPROVEEDOR	COD_MONEDA
GST_MAEPROVEE	PRV_PROCEDENCIA	DIMPROVEEDOR	NOM_MONEDA

## e) DimProducto:

OLTP		OLAP	
Tabla	Campo	Tabla	Campo
GST_MAEPRODUCTO		DIMPRODUCTO	ID_PROD
GST_MAEPRODUCTO	PRD_MODELO	DIMPRODUCTO	COD_MOD
GST_MAEPRODUCTO	PRD_DESCRIPCION	DIMPRODUCTO	MODELO
GST_MAEPRODUCTO	PRD_PRODUCTO	DIMPRODUCTO	COD_VAR
GST_MAEPRODUCTO	PRD_DESCRIPCION	DIMPRODUCTO	VARIACION
GST_MAEPRODUCTO	COSTO	DIMPRODUCTO	COSTO
GST_MAEPRODUCTO	PRD_PRECIO	DIMPRODUCTO	PRECIO
GST_MAEPRODUCTO	PRD_CODESTACION	DIMPRODUCTO	TEMP
GST_MAEPRODUCTO	COLOR	DIMPRODUCTO	COLOR
GST_MAEPRODUCTO	TALLA	DIMPRODUCTO	TALLA
GST_MAEPRODUCTO	CURVA	DIMPRODUCTO	CURVA
GST_MAEMARCAS	MAR_CODMARCA	DIMPRODUCTO	COD_MARCA
GST_MAEMARCAS	MAR_DESCRIPCION	DIMPRODUCTO	NOM_MARCA
GST_MAEMARCAS	TIPOMARCA	DIMPRODUCTO	TIPO_MARCA
GST_MAESUBLIN	SLI_SUBLINEA	DIMPRODUCTO	COD_SUBLIN
GST_MAESUBLIN	SLI_DESCRIPCION	DIMPRODUCTO	NOM_SUBLIN
GST_MAE LINEA	LIN_LINEA	DIMPRODUCTO	COD_LINEA
GST_MAE LINEA	LIN_DESCRIPCION	DIMPRODUCTO	NOM_LINEA
GST_MAEDEPTOS	DEP_DEPTO	DIMPRODUCTO	COD_DEPTO
GST_MAEDEPTOS	DEP_DESCRIPCION	DIMPRODUCTO	NOM_DEPTO
GST_MAEAREAS	ARE_AREA	DIMPRODUCTO	COD_AREA
GST_MAEAREAS	ARE_DESCRIPCION	DIMPRODUCTO	NOM_AREA
GST_MAE DIVISI	DIV_DIVISION	DIMPRODUCTO	COD_DIV
GST_MAE DIVISI	DIV_DESCRIPCION	DIMPRODUCTO	NOM_DIV
GST_MAEPRODUCTO	PRD_TIPONEGOCIACION	DIMPRODUCTO	TIPONEGOCIACION

## 1.6. Diseño Físico



**1.6.1. DimCalendario**

La dimensión DimCalendario está conformado por:

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
ID_CAL	NUMBER		X		Id
ANIO	NUMBER				Año
TEMPORADA	CHAR	10			Temporada comercial
PERIODO	CHAR	15			Periodo Comercial
PER_CORTO	CHAR	5			Abreviatura del Periodo
MES	NUMBER				Mes
SEMANA	CHAR	8			Semana Comercial
SEM_CORTA	CHAR	4			Abreviatura de Semana
NUM_SEM	NUMBER				Numero de Semana en el año
FECHA_INI	DATE				Fecha de Inicio de Semana Comercial
FECHA_FIN	DATE				Fecha Fin de Semana Comercial

**1.6.2. DimSucursal**

La dimensión DimSucursal está conformado por:

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
ID_SUC	NUMBER		X		Id Sucursal
COD_SUCURSAL	NUMBER				Código de Sucursal
NOM_SUCURSAL	VARCHAR2	50			Nombre de la Sucursal
FECHA_APER	DATE				Abreviatura del Periodo
COD_DIST	NUMBER				Código del Distrito
NOM_DIST	VARCHAR2	100			Nombre del Distrito
COD_PROVI	NUMBER				Código de Provincia
NOM_PROVI	CHAR	10			Nombre de Provincia
COD_DEP	NUMBER				Código Departamento
NOM_DEP	VARCHAR2	100			Nombre de Departamento
COD_ZONA	NUMBER				Código de Zona
NOM_ZONA	VARCHAR2	100			Nombre de Zona
COD_CADENA	NUMBER				Código de Cadena
NOM_CADENA	VARCHAR2	100			Nombre de Cadena

**1.6.3. DimProveedor**

La dimensión DimProveedor está conformado por:

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
ID_PROV	NUMBER		X		Id Proveedor
COD_PROV	CHAR				Código del Proveedor
NOM_PROV	VARCHAR2	200			Nombre del Proveedor
COD_PAIS	NUMBER				Código de País
NOM_PAIS	VARCHAR2	100			Nombre País
COD_CONTINENTE	NUMBER				Código continente

NOM_CONTINENTE	VARCHAR2	100			Nombre de Continente
COD_MONEDA	CHAR	3			Código de Moneda
NOM_MONEDA	VARCHAR2	20			Nombre de Moneda

#### 1.6.4. DimVent\_Embarque

La dimensión DimVent\_Embarque está conformado por:

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
ID_VEMB	NUMBER		X		Id Ventana Embarque
COD_VENT_EMBARQUE	NUMBER				Código de Vent. Emb.
NOM_VENT_EMBARQUE	CHAR	2			Ventana de Embarque

#### 1.6.5. DimProducto

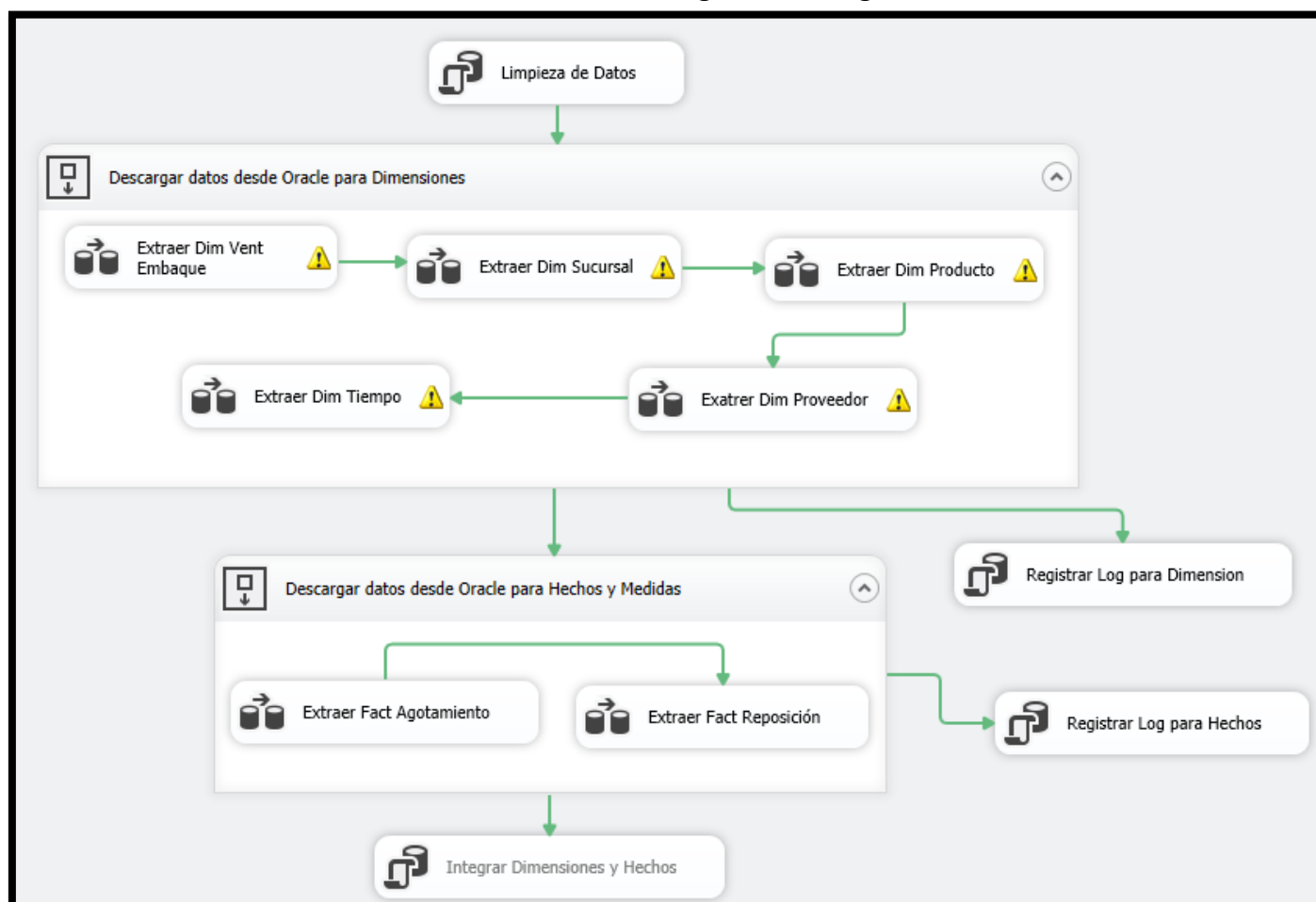
La dimensión DimProducto está confirmado por

Campo	Tipo Dato	Longitud	PK	FK	Descripción
ID_PROD	INT		X		Id Producto
COD_MOD	CHAR	10			Código del Modelo
MODELO	VARCHAR	200			Nombre del Modelo
COD_VAR	CHAR	10			Código de la Variación
VARIACION	VARCHAR	200			Nombre de la Variación
COSTO	NUMERIC	6,2			Costo Fob
PRECIO	NUMERIC	6,2			Precio Blanco
TEMP	CHAR	2			Temporada
COLOR	VARCHAR	50			Color
TALLA	VARCHAR	50			Talla
CURVA	INT				Curva Mínima Exhibición
COD_MARCA	INT				Código de Marca
NOM_MARCA	VARCHAR	100			Nombre de La Marca
TIPO_MARCA	VARCHAR	20			Tipo de Marca
COD_SUBLIN	CHAR	10			Código de SubLinea
NOM_SUBLIN	VARCHAR	100			Nombre de SubLinea
COD_LINEA	CHAR	10			Código de Línea
NOM_LINEA	VARCHAR	100			Nombre de Línea
COD_DEPTO	CHAR	6			Código de Departamento
NOM_DEPTO	VARCHAR	100			Nombre de Departamento
COD_AREA	CHAR	4			Código de Área
NOM_AREA	VARCHAR	100			Nombre de Área
COD_DIV	CHAR	6			Código de División
NOM_DIV	VARCHAR	100			Nombre de División
TIPONEGOCIACION	VARCHAR	100			Tipo de Negociación



## 1.7. Diseño e Implementación del Subsistema ETL

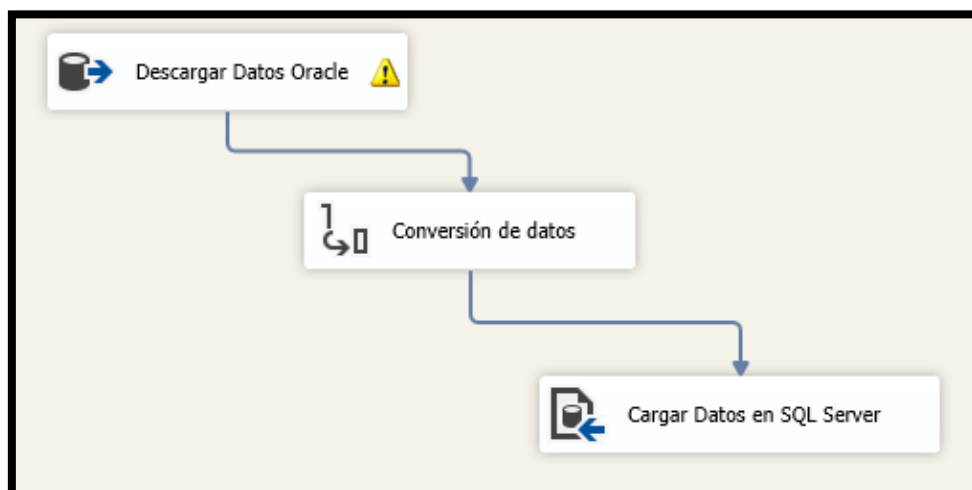
### Diseño ETL de solución de Inteligencia de Negocios



Para la realización del proceso ETL de las dimensiones y fact table, se utilizó la herramienta Integration service del SQL Server 2014 y el SQL DataTools del Visual Studio 2012.

#### 1.7.1. Flujo de datos DimCalendario

##### Flujo de datos de “poblando dimensión Calendario”



Consulta:

```

SELECT ROWNUM,
       TO_NUMBER(REPLACE(CAL_AGNO, 'Y', '')) AS ANIO,
       CAL_TEMPORADA,
       CAL_PERIODO,
       'P' || SUBSTR(CAL_PERIODO, 6, 2) AS PERIODO_COR,
       TO_NUMBER(TO_CHAR(CAL_FECHA_FIN, 'MM')) AS MES,
       CAL_SEMANA,
       'T' || SUBSTR(CAL_SEMANA, 6, 2) AS SEMANA_CORTA,
       CAL_SEM_REAL,
       CAL_FECHA_INI,
       CAL_FECHA_FIN
FROM GST_MAECALEND

```

### Origen OLEDB para poblar DimCalendario

Editor de origen de OLE DB

Configure las propiedades que utiliza un flujo de datos para obtener datos de cualquier proveedor OLE DB.

Administrador de conexiones OLE DB: Conexion Oracle Nueva...

Modo de acceso a datos: Comando SQL

Texto de comando SQL:

```

SELECT ROWNUM,
       to_number(REPLACE(CAL_AGNO,'Y','')) as anio,
       cal_temporada,
       cal_periocio,
       'P' || substr(cal_periocio,6,2) as periodo_cor,
       to_number(to_char(cal_fecha_fin,'mm')) as mes,
       cal_semana,
       'T' || substr(cal_semana,6,2) as semana_corta,
       cal_sem_real,
       cal_fecha_ini,
       cal_fecha_fin
FROM gst_maecalend

```

Parámetros...

Generar consulta...

Examinar...

Analizar consulta

Vista previa...

Aceptar Cancelar Ayuda

### Destino SQL Server para poblar DimCalendario

**Editor de destino de SQL**

Configure las propiedades utilizadas para la copia masiva de datos en una instancia local del motor de base de datos.

Administrador de conexiones:  
 Asignaciones  
 Avanzadas

Especifique un administrador de conexiones, un origen de datos o una vista del origen de datos, y seleccione la tabla o vista en la que se copiarán los datos. Haga clic en Nuevo para crear una nueva tabla o vista.

Administrador de conexiones:  
 Conexion SQL Server Nuevo...

Usar una tabla o vista:  
 [dbo].[DIMCALENDARIO] Nuevo...

Vista previa

Aceptar Cancelar Ayuda

### Transformación para poblar DimCalendario

**Editor de transformación Conversión de datos**

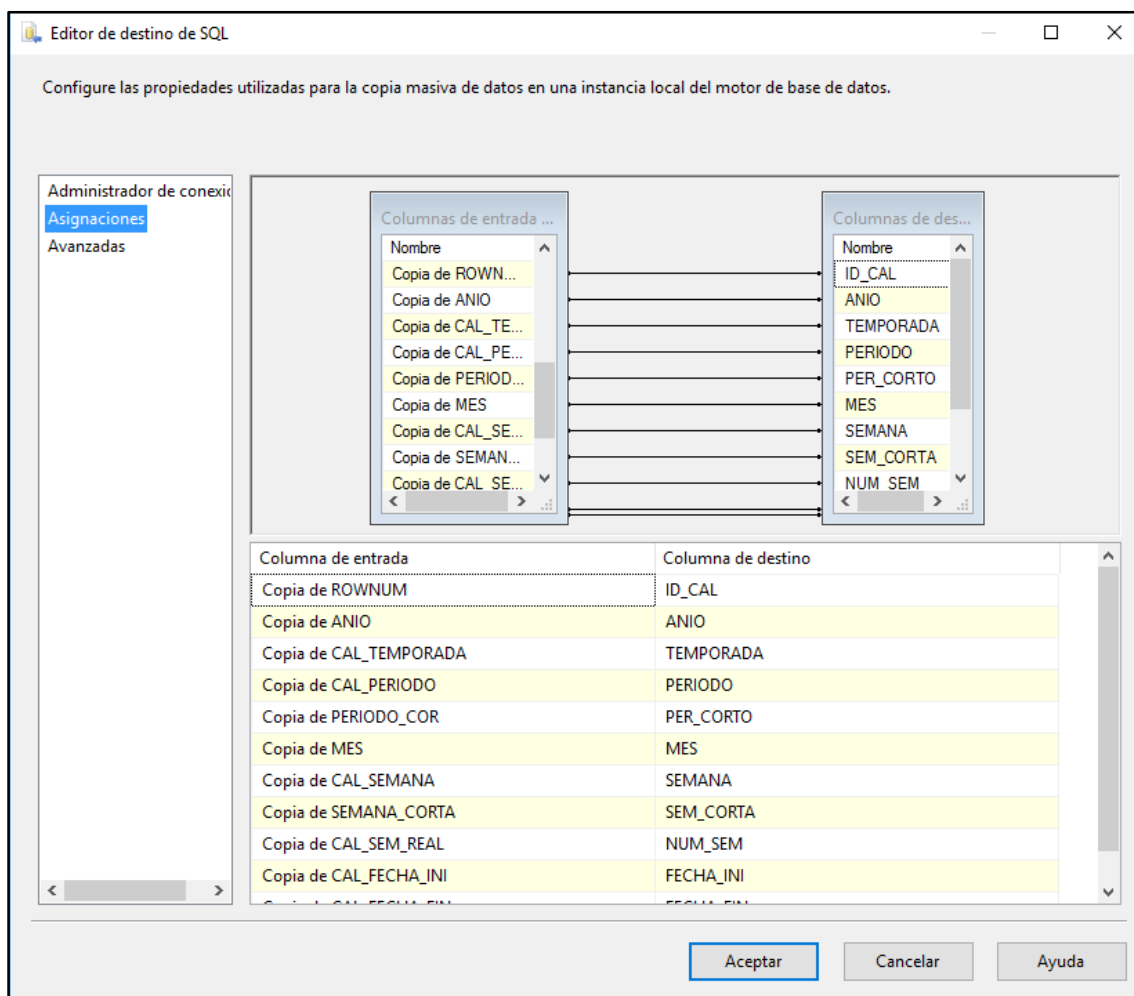
Configure las propiedades utilizadas para convertir el tipo de datos de una columna de entrada a otro tipo. Configure la longitud, la precisión, la escala y la página de códigos de la columna en función del tipo de datos al que se convertirá la columna.

Columnas de entrada disponibles

- ☒ Nombre
- ☒ ROWNUM
- ☒ ANIO
- ☒ CAL\_TEMPORADA
- ☒ CAL\_PERIODO
- ☒ PERIODO\_COR
- ☒ MES
- ☒ CAL\_SEMANA

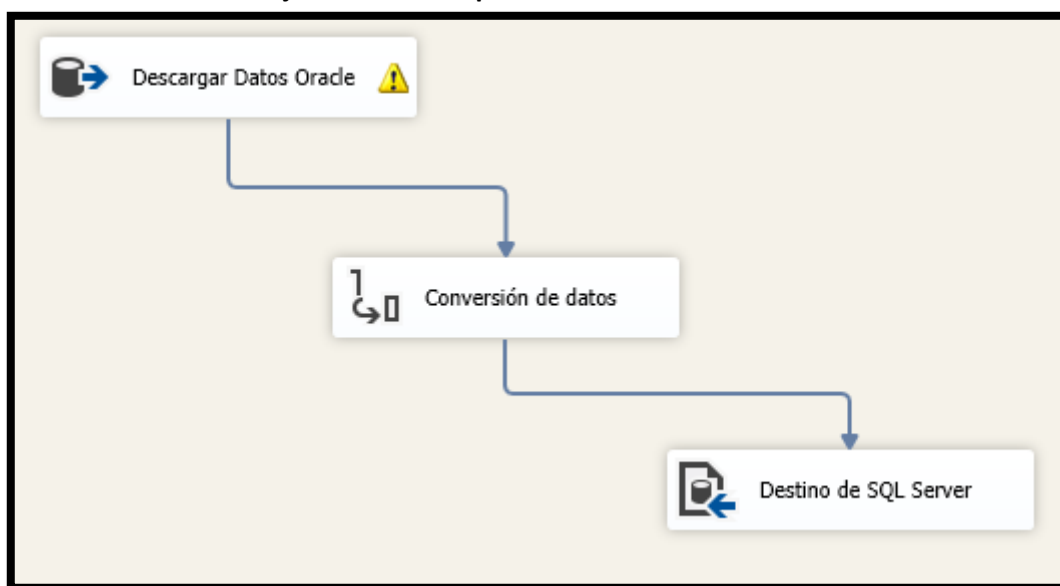
Columna de entrada	Alias de salida	Tipo de datos	Longitud	Precisión	Escala	Página de có
ROWNUM	Copia de ROWNUM	entero de cuatro bytes con ...				
ANIO	Copia de ANIO	entero de cuatro bytes con ...				
CAL_TEMPORADA	Copia de CAL_TEMPOR...	cadena [DT_STR]	10			1252 (ANSI -
CAL_PERIODO	Copia de CAL_PERIODO	cadena [DT_STR]	15			1252 (ANSI -
PERIODO_COR	Copia de PERIODO_COR	cadena [DT_STR]	5			1252 (ANSI -
MES	Copia de MES	entero de cuatro bytes con ...				
CAL_SEMANA	Copia de CAL_SEMANA	cadena [DT_STR]	8			1252 (ANSI -
SEMANA_CORTA	Copia de SEMANA_COR...	cadena [DT_STR]	4			1252 (ANSI -
CAL_SEM_REAL	Copia de CAL_SEM_REAL	entero de cuatro bytes con ...				
CAL_FECHA_INI	Copia de CAL_FECHA_INI	fecha de base de datos [DT...				
CAL_FECHA_FIN	Copia de CAL_FECHA_FIN	fecha de base de datos [DT...				

Configurar la salida de errores... Aceptar Cancelar Ayuda



### 1.7.2. Flujo de datos DimSucursal

#### Flujo de datos de "poblando dimensión Sucursal"



Consulta:

```

SELECT ROWNUM,
       SUC_SUCURSAL,
       SUC_NOMBRE,
       SUC_FECHAAPERTURA,
       B.DIS_DISTRITO,
       B.DIS_NOMBRE,
       B.P_PROVINCIA,
       B.P_NOMBREPROV,
       B.D_DEPART,
       B.D_NOMBREDPTO,
       C.ZON_ZONA,
       C.ZON_NOMBRE,
       D.CAD_CADENA,
       D.CAD_NOMBRE
FROM GST_MAESUCURS A, GST_MAEDISTR B, GST_MAEZONAS C, GST_MAECADENA D
WHERE A.SUC_DISTRITO = B.DIS_DISTRITO
      AND A.SUC_ZONA = C.ZON_ZONA
      AND A.SUC_CADENA = D.CAD_CADENA

```

### Origen OLEDB para poblar DimSucursal

**Editor de origen de OLE DB**

Configure las propiedades que utiliza un flujo de datos para obtener datos de cualquier proveedor OLE DB.

Administrador de conexiones OLE DB: Especifique un administrador de conexiones OLE DB, un origen de datos o una vista del origen de datos y seleccione el modo de acceso a los datos. Si utiliza el modo de acceso a comandos SQL, especifique el comando SQL escribiendo la consulta o mediante el generador de consultas.

Administrador de conexiones OLE DB:

Modo de acceso a datos:

Texto de comando SQL:

```

select rownum,
       suc_sucursal,
       suc_nombre,
       suc_fechaapertura,
       b.dis_distrito,
       b.dis_nombre,
       b.p_provincia,
       b.p_nombreprov,
       b.d_depart,
       b.d_nombredpto,
       c.zon_zona,
       c.zon_nombre,
       d.cad_cadena,
       d.cad_nombre
from gst_maesucurs a,
     gst_maedistri b,

```

### Destino SQL Server para poblar DimSucursal

Editor de destino de SQL

Configure las propiedades utilizadas para la copia masiva de datos en una instancia local del motor de base de datos.

Administrador de conexiones:  
 Asignaciones  
 Avanzadas

Especifique un administrador de conexiones, un origen de datos o una vista del origen de datos, y seleccione la tabla o vista en la que se copiarán los datos. Haga clic en Nuevo para crear una nueva tabla o vista.

Administrador de conexiones:  
 Conexion SQL Server Nuevo...

Usar una tabla o vista:  
 [dbo].[DIMSUCURSAL] Nuevo...

Vista previa

Aceptar Cancelar Ayuda

### Transformación para poblar DimSucursal

Editor de transformación Conversión de datos

Configure las propiedades utilizadas para convertir el tipo de datos de una columna de entrada a otro tipo. Configure la longitud, la precisión, la escala y la página de códigos de la columna en función del tipo de datos al que se convertirá la columna.

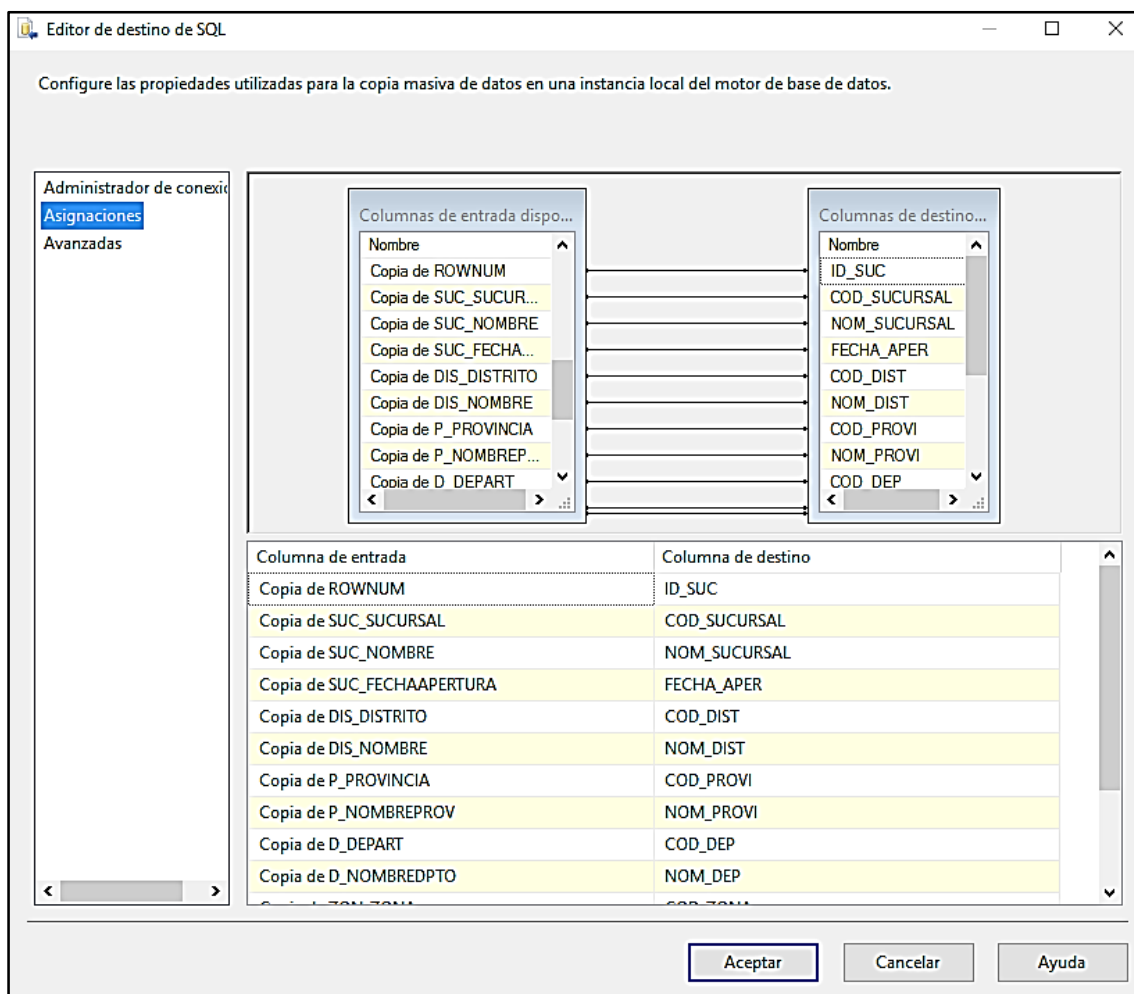
Columnas de entrada disponibles

- ☒ Nombre
- ☒ ROWNUM
- ☒ SUC\_SUCURSAL
- ☒ SUC\_NOMBRE
- ☒ SUC\_FECHAAPERTURA
- ☒ DIS\_DISTRITO
- ☒ DIS\_NOMBRE
- ☒ P\_PROVINCIA

Columna de entrada	Alias de salida	Tipo de datos	Longitud	Precisión	Escala	Página de có
ROWNUM	Copia de ROWNUM	entero de cuatro bytes con ...				
SUC_SUCURSAL	Copia de SUC_SUCURSAL	entero de cuatro bytes con ...				
SUC_NOMBRE	Copia de SUC_NOMBRE	cadena [DT_STR]	50			1252 (ANSI -
SUC_FECHAAPERTURA	Copia de SUC_FECHAAP...	fecha de base de datos [DT...				
DIS_DISTRITO	Copia de DIS_DISTRITO	entero de cuatro bytes con ...				
DIS_NOMBRE	Copia de DIS_NOMBRE	cadena [DT_STR]	100			1252 (ANSI -
P_PROVINCIA	Copia de P_PROVINCIA	entero de cuatro bytes con ...				
P_NOMBREPROV	Copia de P_NOMBREPR...	cadena [DT_STR]	100			1252 (ANSI -
D_DEPART	Copia de D_DEPART	entero de cuatro bytes con ...				
D_NOMBREDPTO	Copia de D_NOMBREDP...	cadena [DT_STR]	100			1252 (ANSI -

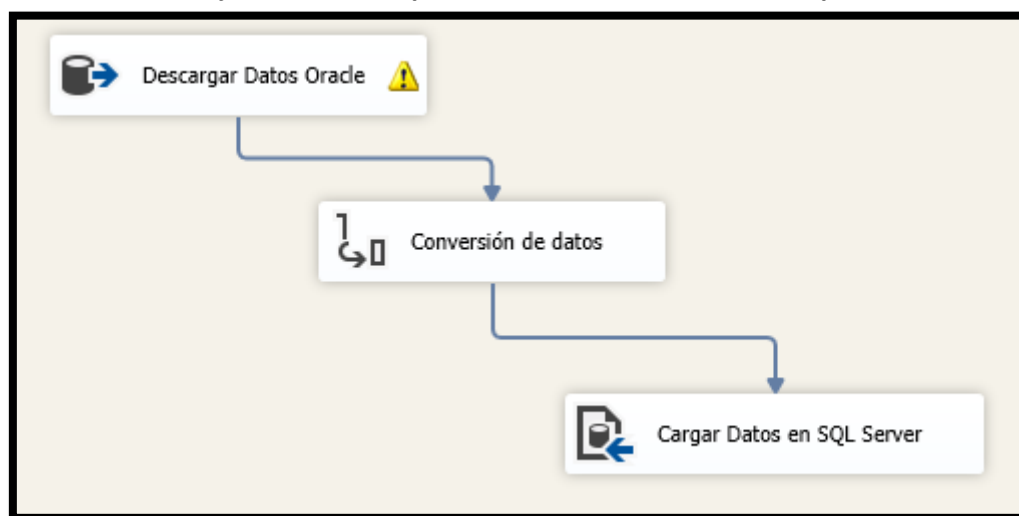
Configurar la salida de errores...

Aceptar Cancelar Ayuda



### 1.7.3. Flujo de datos DimVent\_Embarque

#### Flujo de datos de “poblando dimensión Vent Embarque”



Consulta:

```
SELECT ROWNUM,
        COD_VENTANA,
        VENT_DESCRI
FROM PLC_VENTANA
```

### Origen OLEDB para poblar DimVent\_Embarque

Editor de origen de OLE DB

Configure las propiedades que utiliza un flujo de datos para obtener datos de cualquier proveedor OLE DB.

Administrador de conexiones  
Columnas  
Salida de error

Especifique un administrador de conexiones OLE DB, un origen de datos o una vista del origen de datos y seleccione el modo de acceso a los datos. Si utiliza el modo de acceso a comandos SQL, especifique el comando SQL escribiendo la consulta o mediante el generador de consultas.

Administrador de conexiones OLE DB:

Conexion Oracle

Nueva...

Modo de acceso a datos:

Comando SQL

Texto de comando SQL:

SELECT ROWNUM,COD\_VENTANA,VENT\_DESCRI FROM PLC\_VENTANA

Parámetros...

Generar consulta...

Examinar...

Analizar consulta

Vista previa...

Aceptar Cancelar Ayuda

### Destino SQL Server para poblar DimVent\_Embarque



Editor de destino de SQL

Configure las propiedades utilizadas para la copia masiva de datos en una instancia local del motor de base de datos.

Administrador de conexiones:  
 Asignaciones  
 Avanzadas

Especifique un administrador de conexiones, un origen de datos o una vista del origen de datos, y seleccione la tabla o vista en la que se copiarán los datos. Haga clic en Nuevo para crear una nueva tabla o vista.

Administrador de conexiones:  
 Conexion SQL Server

Usar una tabla o vista:  
 [dbo].[DIMVENT\_EMBARQUE]

Vista previa

Aceptar Cancelar Ayuda

### Transformación para poblar DimVentEmbarque

Editor de transformación Conversión de datos

Configure las propiedades utilizadas para convertir el tipo de datos de una columna de entrada a otro tipo. Configure la longitud, la precisión, la escala y la página de códigos de la columna en función del tipo de datos al que se convertirá la columna.

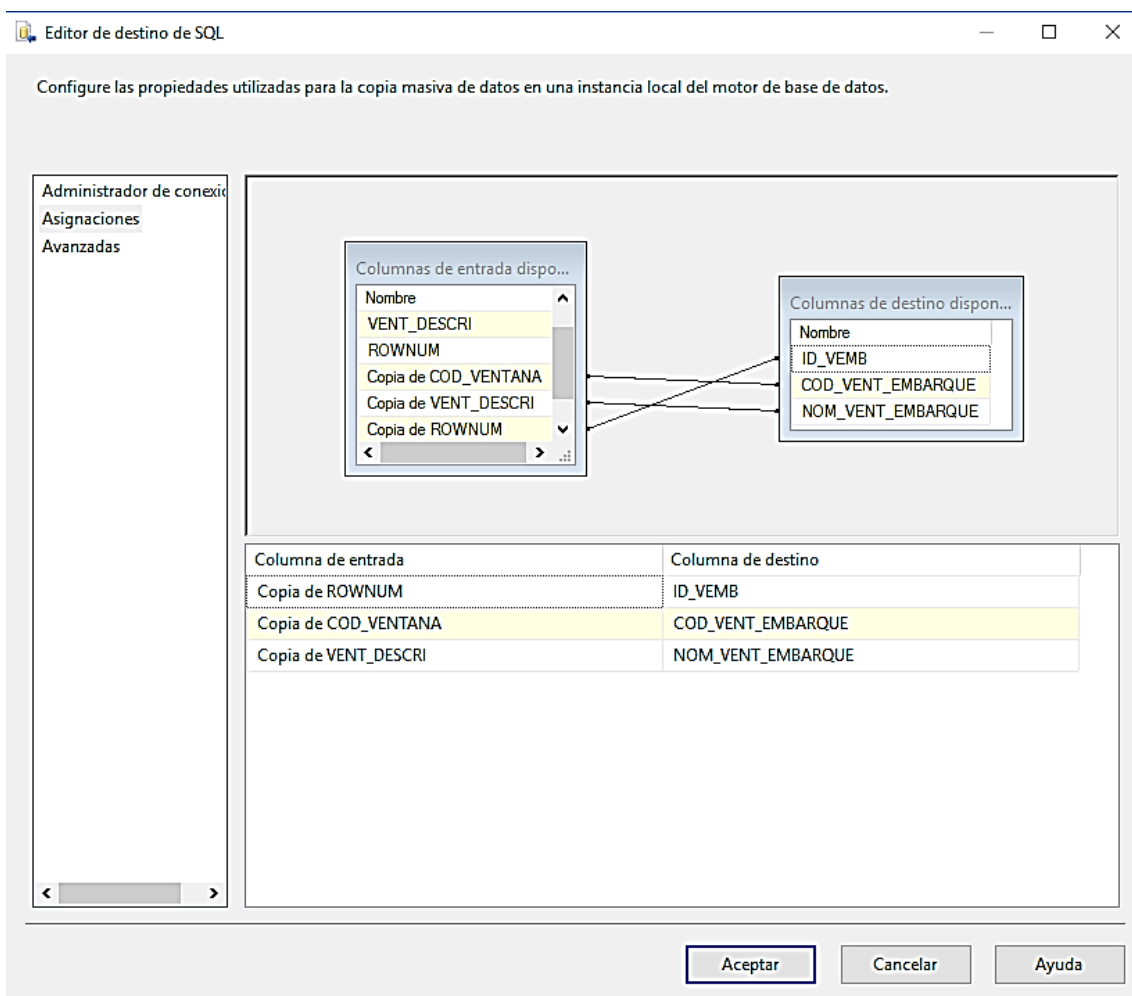
Columnas de entrada disponibles

- ☒ Nombre
- ☒ COD\_VENTANA
- ☒ VENT\_DESCRI
- ☒ ROWNUM

Columna de entrada	Alias de salida	Tipo de datos	Longitud	Precisión	Escala	Página de códigos
COD_VENTANA	Copia de COD_VENTANA	entero de cuatro bytes con ...				
VENT_DESCRI	Copia de VENT_DESCRI	cadena [DT_STR]	2			1252 (ANSI - La
ROWNUM	Copia de ROWNUM	entero de cuatro bytes con ...				

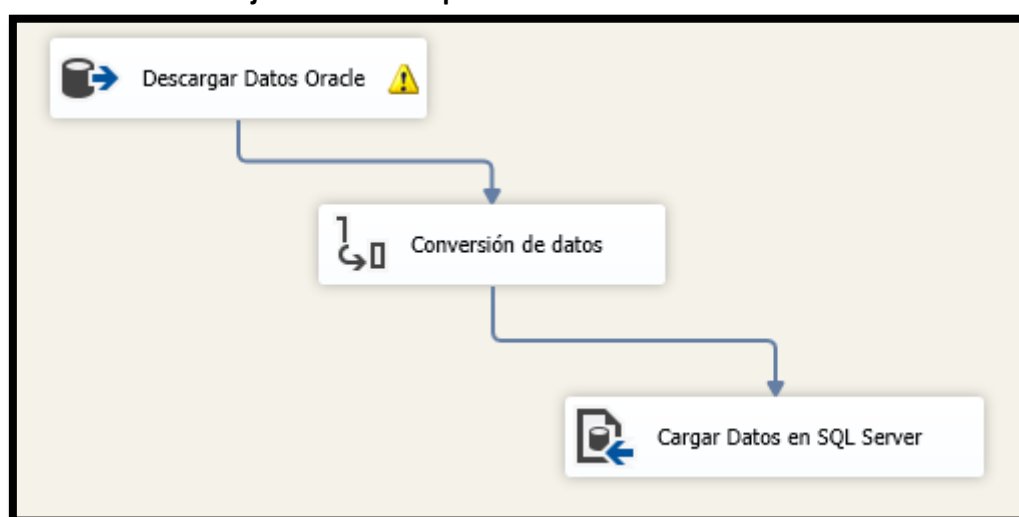
Configurar la salida de errores...

Aceptar Cancelar Ayuda



#### 1.7.4. Flujo de datos DimProveedor

##### Flujo de datos de "poblando dimensión Proveedor"



Consulta:

```

SELECT ROWNUM,
       PRV_RUTPROVEEDOR,
       PRV_NOMBRE,
       B.CNTRY_LVL_CHILD,
       B.CNTRY_NAME,
       C.COD_CONTINENTE,
       C.NOM_CONTINENTE,
       CASE
         WHEN (PRV_PROCEDENCIA) = 'E' THEN
           1
         ELSE
           2
       END AS CODMONEDA,
       CASE
         WHEN (PRV_PROCEDENCIA) = 'E' THEN
           'DOLARES'
         ELSE
           'SOLES'
       END AS MONEDA
FROM GST_MAEPROVEE A, PLC_PAIS B, PLC_CONTINENTE C
WHERE A.PRV_CONTROL = B.CNTRY_LVL_CHILD
      AND B.COD_CONTINENTE = C.COD_CONTINENTE

```

### Origen OLEDB para poblar DimProveedor

Configure las propiedades que utiliza un flujo de datos para obtener datos de cualquier proveedor OLE DB.

Administrador de conexiones OLE DB:

Modo de acceso a datos:

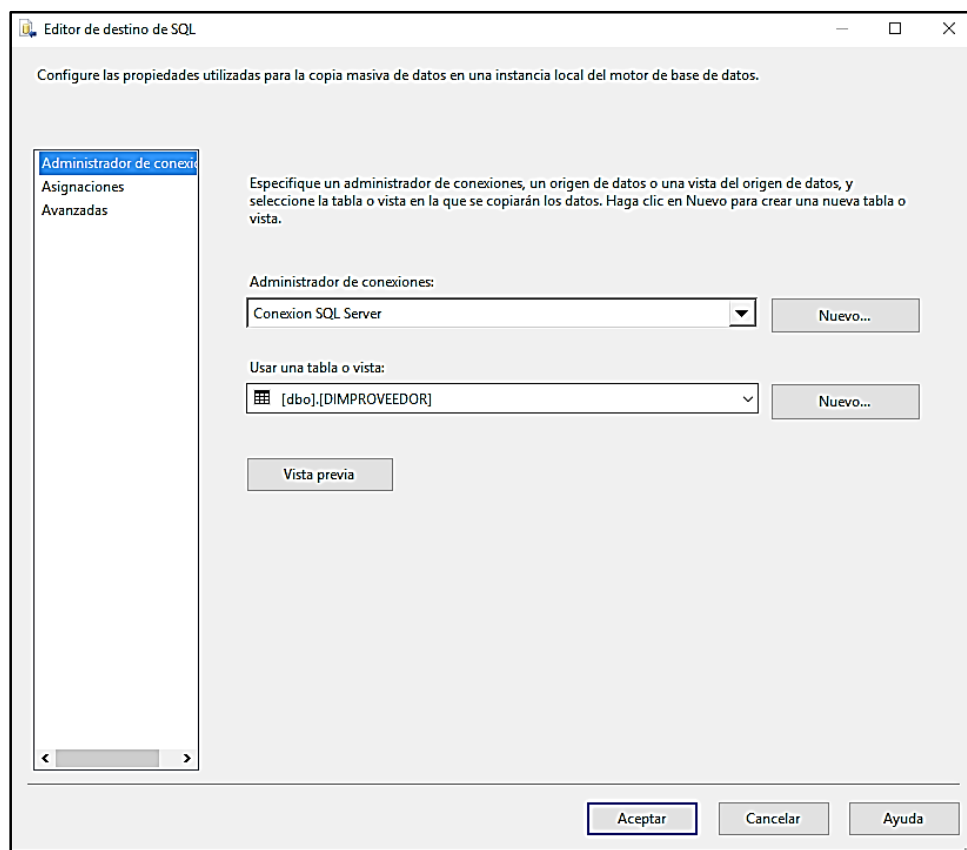
Texto de comando SQL:

```

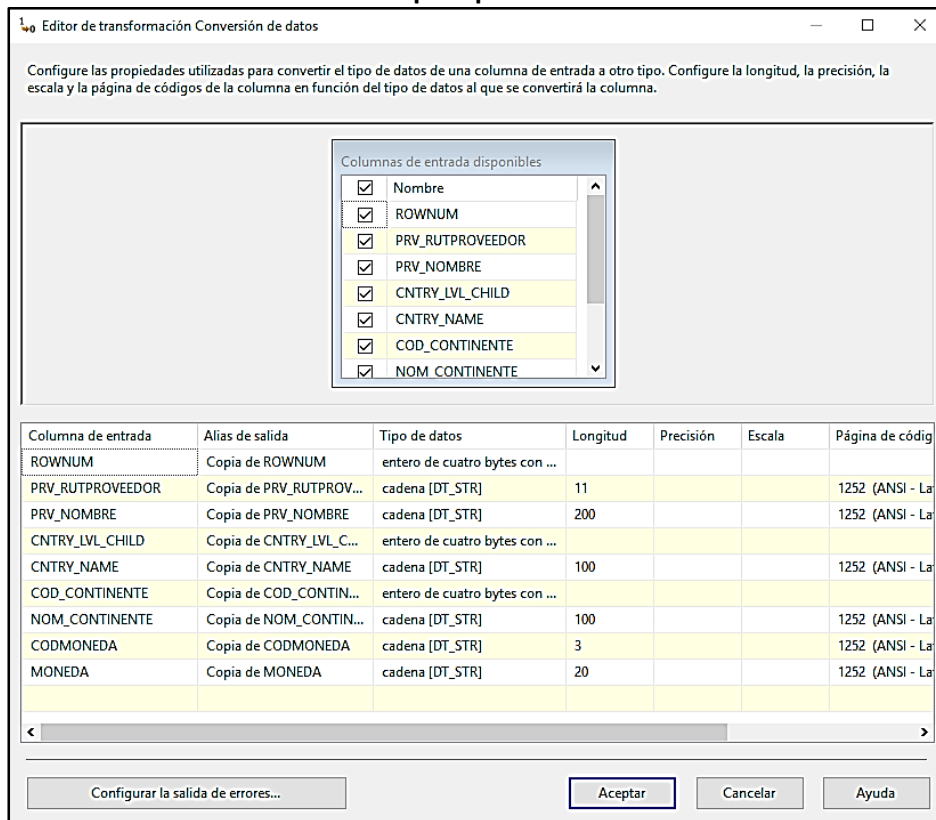
SELECT ROWNUM,
PRV_RUTPROVEEDOR,
PRV_NOMBRE,
b.cntry_lvl_child,
b.cntry_name,
c.cod_continente,
c.nom_continente,
CASE WHEN (PRV_PROCEDENCIA) = 'E' then 1 else 2 end as CodMoneda,
CASE WHEN (PRV_PROCEDENCIA) = 'E' then 'Dolares' else 'Soles' end as
Moneda
FROM GST_MAEPROVEE a,
plc_pais b,
plc_continente c
where a.prv_control = b.cntry_lvl_child
and b.cod_continente = c.cod_continente

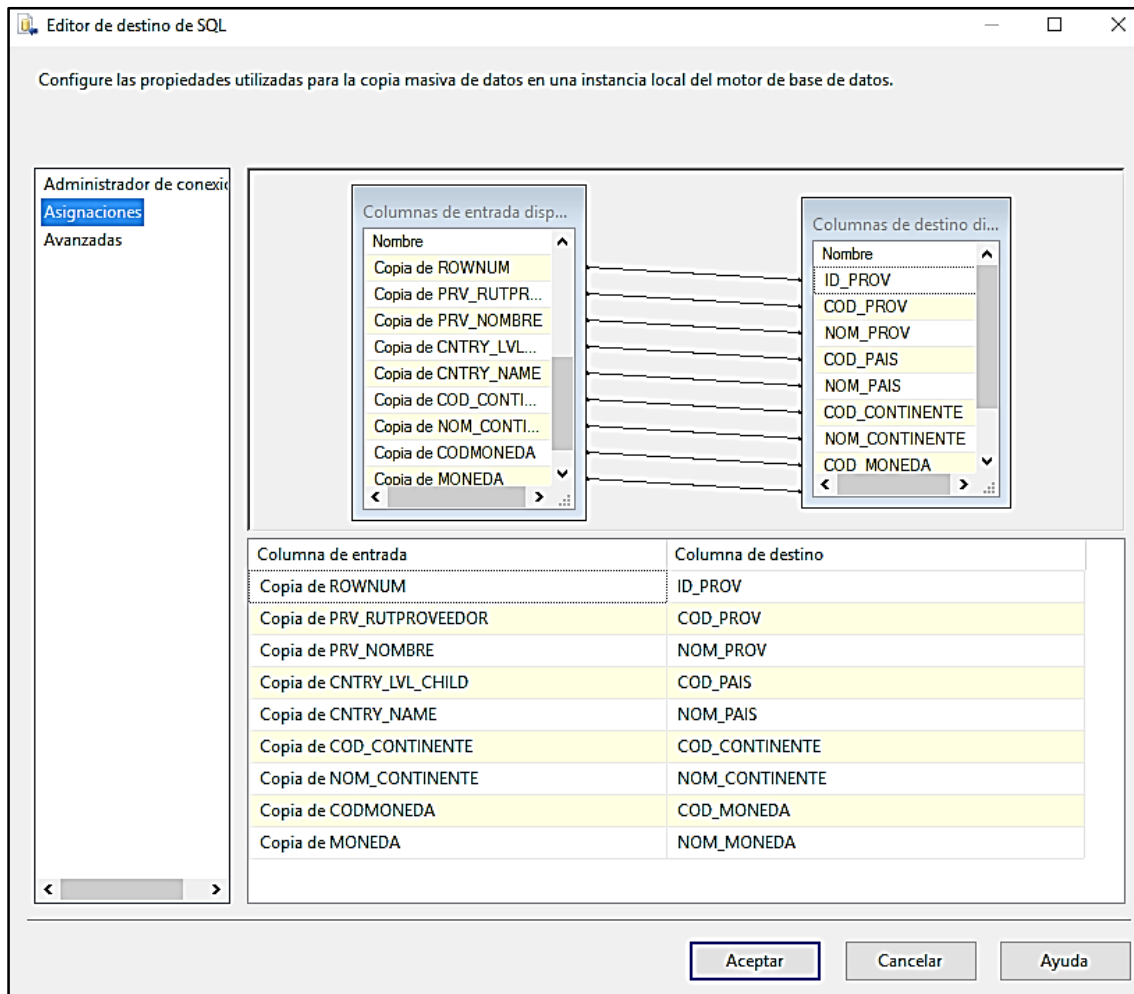
```

### Destino SQL Server para poblar DimProveedor



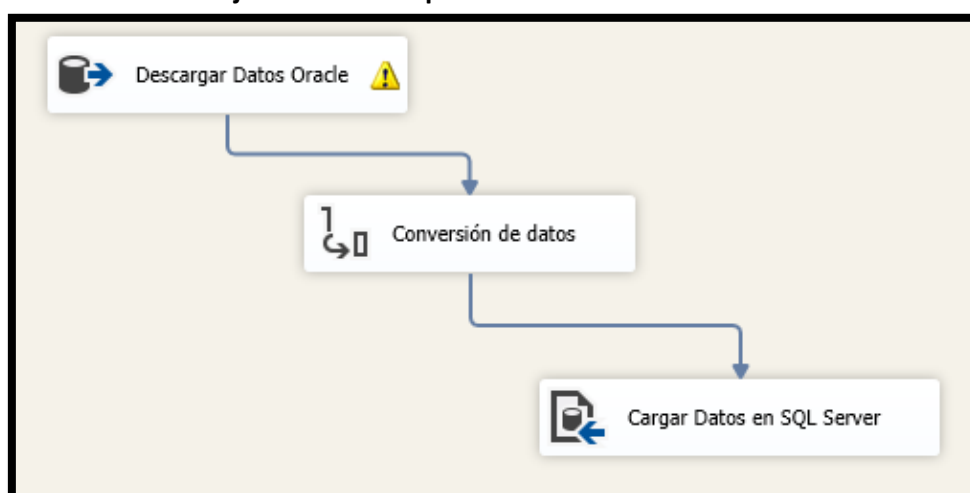
### Transformación para poblar DimProveedor





### 1.7.5. Flujo de datos DimProducto

#### Flujo de datos de "poblando dimensión Producto"



Consulta:

```

SELECT ROWNUM,
       A.PR_D_MODEL_C,
       A.PR_D_DESCRIPCION MODEL_C,
       A.PR_D_PRODUCTO PR_D_VARIACION,
       A.PR_D_DESCRIPCION VARIACION,
       0,
       NVL(A.PR_D_PRECIO, 0) AS PRECIO,
       CASE A.PR_D_CODESTACION
         WHEN 'TTEMP' THEN 'TT'
         WHEN 'OI' THEN 'OI'
         WHEN 'VER' THEN 'PV'
         WHEN 'INV' THEN 'OI'
         WHEN 'OTN' THEN 'OI'
         WHEN 'PRI' THEN 'PV'
         WHEN 'PV' THEN 'PV'
         ELSE 'TT' END AS TEMP,
       '' COLOR,
       '' TALLA,
       0 CURVA,
       B.MAR_CODMARCA,
       B.MAR_DESCRIPCION,
       'PROPIAS' AS TIPOMARCA,
       C.SLI_SUBLINEA,
       C.SLI_DESCRIPCION,
       D.LIN_LINEA,
       D.LIN_DESCRIPCION,
       E.DEP_DEPTO,
       E.DEP_DESCRIPCION,
       F.ARE_AREA,
       F.ARE_DESCRIPCION,
       G.DIV_DIVISION,
       G.DIV_DESCRIPCION,
       A.PR_D_TIPONEGOCIACION
FROM GST_MAEPRODUC A,
     GST_MAEMARCAS B,
     GST_MAESUBLIN C,
     GST_MAE LINEAS D,
     GST_MAEDEPTOS E,
     GST_MAEAREAS F,
     GST_MAEDIVISI G
WHERE A.PR_D_CODMARCA = B.MAR_CODMARCA
     AND A.PR_D_SUBLINEA = C.SLI_SUBLINEA
     AND A.PR_D_LINEA = D.LIN_LINEA
     AND A.PR_D_DEPTO = E.DEP_DEPTO
     AND A.PR_D_AREA = F.ARE_AREA
     AND A.PR_D_DIVISION = G.DIV_DIVISION

```

### Origen OLEDB para poblar DimProducto

**Editor de origen de OLE DB**

Configure las propiedades que utiliza un flujo de datos para obtener datos de cualquier proveedor OLE DB.

**Administrador de conexiones**  
Columnas  
Salida de error

Especifique un administrador de conexiones OLE DB, un origen de datos o una vista del origen de datos y seleccione el modo de acceso a los datos. Si utiliza el modo de acceso a comandos SQL, especifique el comando SQL escribiendo la consulta o mediante el generador de consultas.

Administrador de conexiones OLE DB:  
Conexion Oracle Nueva...

Modo de acceso a datos:  
Comando SQL

Texto de comando SQL:

```
SELECT ROWNUM,
A.PR_D_MODELO,
A.PR_D_DESCRIPCION MODELO,
A.PR_D_PRODUCTO PR_D_VARIACION,
A.PR_D_DESCRIPCION VARIACION,
0,
NVL(A.PR_D_PRECIO,0) AS PRECIO,
CASE A.PR_D_CODESTACION WHEN 'TTEMP' THEN 'TT' WHEN 'OI' THEN
'OI' WHEN 'VER' THEN 'PV' WHEN 'INV' THEN 'OI' WHEN 'OTN' THEN 'OI'
WHEN 'PRI' THEN 'PV' WHEN 'PV' THEN 'PV' ELSE 'TT' END AS TEMP,
" COLOR,
" TALLA,
0 CURVA,
B.MAR_CODMARCA,
B.MAR_DESCRIPCION,
'PROPIAS' AS TIPOMARCA,
```

Parámetros...  
Generar consulta...  
Examinar...  
Analizar consulta

Vista previa...

Aceptar Cancelar Ayuda

### Destino SQL Server para poblar DimProducto

**Editor de destino de SQL**

Configure las propiedades utilizadas para la copia masiva de datos en una instancia local del motor de base de datos.

**Administrador de conexiones**  
Asignaciones  
Avanzadas

Especifique un administrador de conexiones, un origen de datos o una vista del origen de datos, y seleccione la tabla o vista en la que se copiarán los datos. Haga clic en Nuevo para crear una nueva tabla o vista.

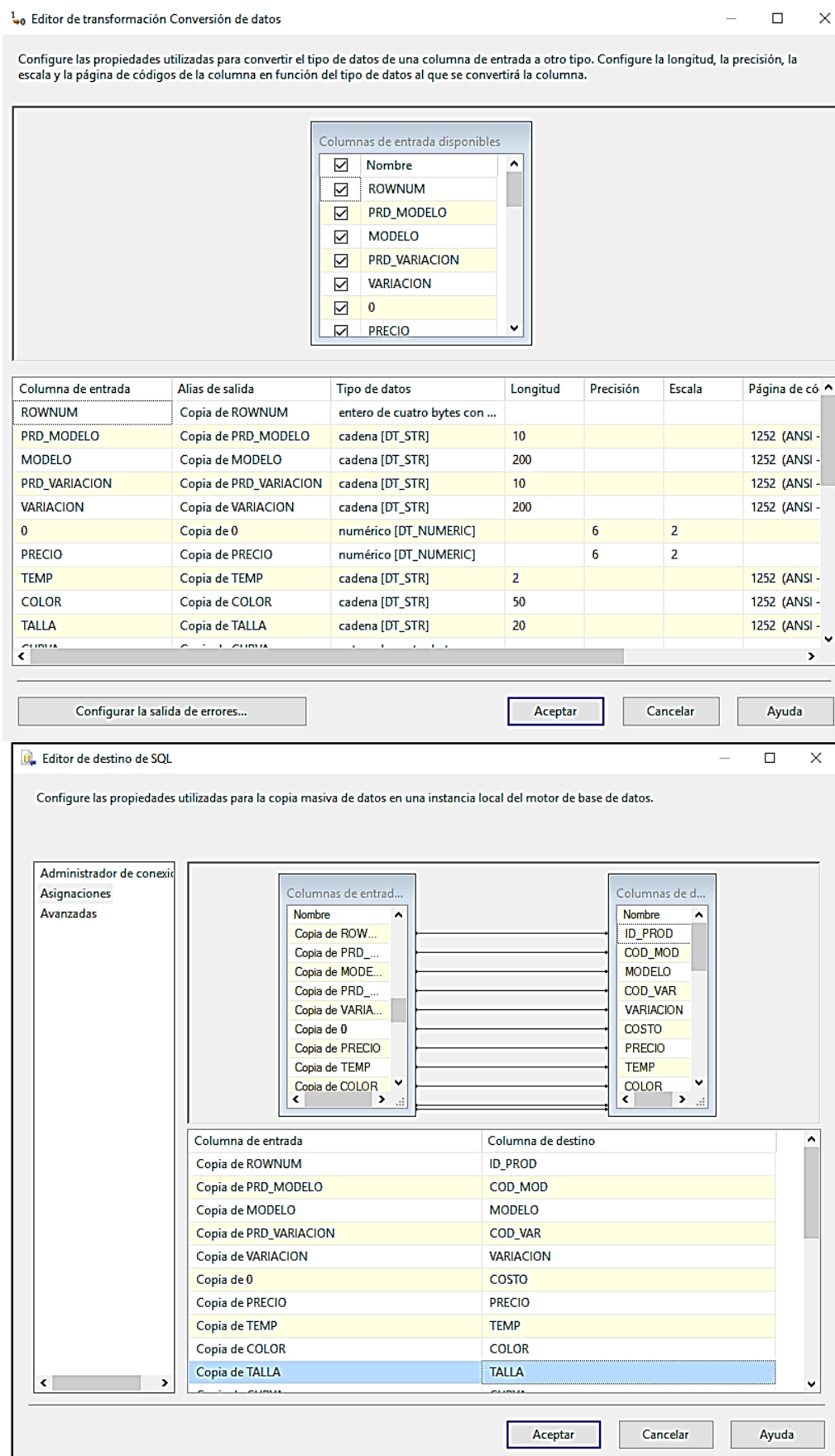
Administrador de conexiones:  
Conexion SQL Server Nuevo...

Usar una tabla o vista:  
[dbo].[DIMPRODUCTO] Nuevo...

Vista previa

Aceptar Cancelar Ayuda

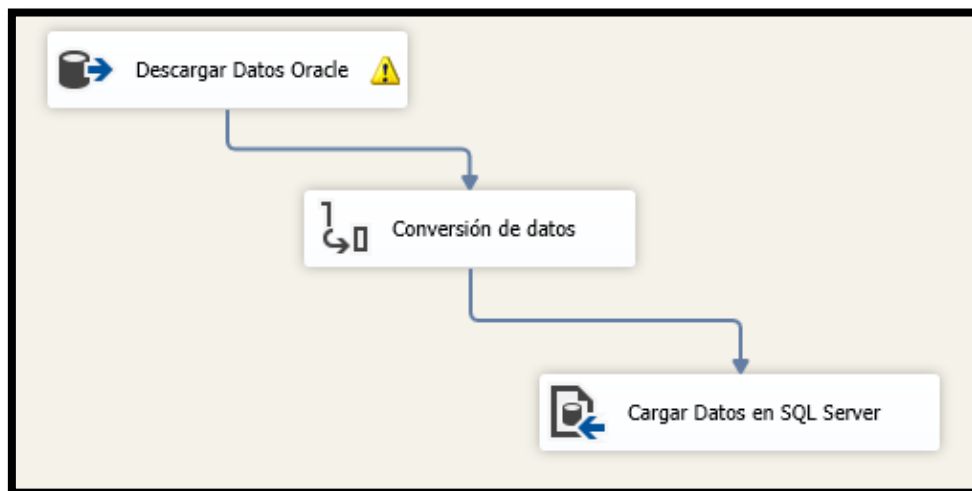
### Transformación para poblar DimProducto



### 1.7.6. Flujo de datos FactAgotamiento



## Flujo de datos de “poblando Hecho Agotamiento”



## Consulta:

```

SELECT distinct ROWNUM,
       T.*,
       round(CASE WHEN (T.TOTAL_HIST=0) THEN 0 ELSE (VTA_DSCTO_HIST-
T.TOTAL_HIST)/VTA_DSCTO_HIST END,4) AS GMB_HIST
FROM (
SELECT /*INDEX Z.PLC_AGOT_MOD_SEM_HIS_05*/
       Y.ID_PROD,
       Y.ID_SUC,
       Y.ID_CAL,
       Y.ID_VENT,
       Y.UND_COMPRA,
       0 AS COSTO_HIST,
       round(NVL(( CASE WHEN (NVL(Z.UND_COMPRA_HIS,0)=0) THEN 0 ELSE
ROUND( NVL(Z.UND_VTA_HIS,0) / NVL(Z.UND_COMPRA_HIS,0),2) END) *
Z.SOL_COMPRA_HIS,0),0) AS TOTAL_HIST,
       round(NVL(Z.Vtacto_His,0),4) AS VTA_DSCTO_HIST,
       NVL(Z.UND_VTA_HIS,0) AS UNID_AGOT_HIST,
       round(CASE WHEN (NVL(Z.UND_COMPRA_HIS,0)=0) THEN 0 ELSE
NVL(Z.UND_VTA_HIS,0) / NVL(Z.UND_COMPRA_HIS,0) END,4) AS POR_AGOT_HIST,
       Y.COSTO_PLAN,
       Y.TOTAL_PLAN,
       Y.VTA_DSCTO_PLAN,
       Y.UND_AGOT_PLAN,
       Y.POR_AGOT_PLAN,
       Y.GMB_PLAN,
       0 AS COSTO_REAL,
       0 AS TOTAL_REAL,
       0 AS VTA_DSCTO_REAL,
       0 AS UNID_AGOT_REAL,
       0 AS POR_AGOT_REAL,
       0 AS GROSS_MARGIN,
       0 AS CONTRI
FROM (
SELECT X.DEP_DEPTO,
       to_char(X.COD_JER1) as COD_JER1,
       to_char(X.COD_JER2) as COD_JER2,
       X.COD_PADRE AS ID_PROD,
       14 AS ID_SUC,
       X.SEMANA AS ID_CAL,
       X.VENT_EMB AS ID_VENT,

```

```

SUM(X.UNIDADES) AS UND_COMPRA,
SUM(X.COSTO_UNIT) AS COSTO_PLAN,
SUM(X.COSTO) AS TOTAL_PLAN,
SUM(X.VTA_CDSCOT) AS VTA_DSCTO_PLAN,
SUM(X.UNID_AGOT) AS UND_AGOT_PLAN,
round(AVG(X.POR_AGOT),4) AS POR_AGOT_PLAN,
round(CASE WHEN(SUM(X.VTA_CDSCOT)=0) THEN 0 ELSE
(SUM(X.VTA_CDSCOT) - SUM(X.COSTO))/SUM(X.VTA_CDSCOT) END,4) AS GMB_PLAN
FROM (SELECT /*+RULE*/
C.DEP DEPTO,
C.COD_JER1,
to_number(C.COD_JER2) as COD_JER2,
C.COD_PADRE,
C.DES_ESTILO,
B.VENT_EMB,
A.SEMANA,
B.UNIDADES,
B.COSTO_UNIT,
A.POR_AGOT,
A.POR_ROT,
A.UNID_AGOT,
A.UNID_ROT,
A.VTA_SIGV,
A.VTA_CDSCOT,
A.POR_DSCTO,
A.COSTO
FROM PLC_PLAN_COMPRA_COLOR_CIC A,
PLC_PLAN_COMPRA_COLOR B,
PLC_PLAN_COMPRA_OC C
WHERE A.COD_TEMPORADA = B.COD_TEMPORADA
AND A.DEP_DEPTO = B.DEP_DEPTO
AND A.NIV_JER1 = B.NIV_JER1
AND A.COD_JER1 = B.COD_JER1
AND A.NIV_JER2 = B.NIV_JER2
AND A.COD_JER2 = B.COD_JER2
AND A.ITEM = B.ITEM
AND A.COD_SUBLIN = B.COD_SUBLIN
AND A.COD_ESTILO = B.COD_ESTILO
AND A.DES_ESTILO = B.DES_ESTILO
AND A.ID = B.ID
AND B.COD_TEMPORADA = C.COD_TEMPORADA
AND B.DEP_DEPTO = C.DEP_DEPTO
AND B.NIV_JER1 = C.NIV_JER1
AND B.COD_JER1 = C.COD_JER1
AND B.NIV_JER2 = C.NIV_JER2
AND B.COD_JER2 = C.COD_JER2
AND B.ITEM = C.ITEM
AND B.COD_SUBLIN = C.COD_SUBLIN
AND B.COD_ESTILO = C.COD_ESTILO
AND B.DES_ESTILO = C.DES_ESTILO
AND B.VENT_EMB = C.VENT_EMB
AND A.COD_TEMPORADA = C.COD_TEMPORADA
AND A.DEP_DEPTO = C.DEP_DEPTO
AND A.NIV_JER1 = C.NIV_JER1
AND A.COD_JER1 = C.COD_JER1
AND A.NIV_JER2 = C.NIV_JER2
AND A.COD_JER2 = C.COD_JER2
AND A.ITEM = C.ITEM
AND A.COD_SUBLIN = C.COD_SUBLIN

```

```

AND A.COD_ESTILO = C.COD_ESTILO
AND A.DES_ESTILO = C.DES_ESTILO
AND A.COD_TEMPORADA = 17
AND B.VENT_EMB>0) X
GROUP BY X.COD_PADRE, X.VENT_EMB, X.SEMANA, X.DEP_DEPTO,
X.COD_JER1,
X.COD_JER2) Y,
PLC_AGOT MOD SEM HIS Z
WHERE Z.DEP_DEPTO = Y.DEP_DEPTO
AND Z.COD MARCA = Y.COD_JER1
AND Z.COD LINEA = Y.COD_JER2
AND Z.SEMANA = Y.ID_CAL
AND Z.COD_TEMP_PLAN = 'OI' ) T;

```

### Origen OLEDB para poblar FactAgotamiento

Editor de origen de OLE DB

Configure las propiedades que utiliza un flujo de datos para obtener datos de cualquier proveedor OLE DB.

Administrador de conexiones OLE DB: Especifique un administrador de conexiones OLE DB, un origen de datos o una vista del origen de datos y seleccione el modo de acceso a los datos. Si utiliza el modo de acceso a comandos SQL, especifique el comando SQL escribiendo la consulta o mediante el generador de consultas.

Administrador de conexiones OLE DB:  Nueva...

Modo de acceso a datos:

Texto de comando SQL:

```

SELECT ROWNUM,
T.*,
round(CASE WHEN (T.TOTAL_HIST=0) THEN 0 ELSE (VTA_DSCTO_HIST-
T.TOTAL_HIST)/VTA_DSCTO_HIST END,4) AS GMB_HIST
FROM (
SELECT /*INDEX Z.PLC_AGOT_MOD_SEM_HIS_05*/
Y.ID_PROD,
Y.ID_SUC,
Y.ID_CAL,
Y.ID_VENT,
Y.UND_COMPRA,
0 AS COSTO_HIST,
0 AS TOTAL_HIST,
0 AS VTA_DSCTO_HIST,
NVL(Z.UND_VTA_HIS,0) AS UNID_AGOT_HIST,
round(CASE WHEN (NVL(Z.UND_COMPRA_HIS,0)=0) THEN 0 ELSE NVL

```

Parámetros...  
Generar consulta...  
Examinar...  
Analizar consulta

Vista previa...

Aceptar Cancelar Ayuda

### Destino SQL Server para poblar FactAgotamiento

Editor de destino de SQL

Configure las propiedades utilizadas para la copia masiva de datos en una instancia local del motor de base de datos.

Administrador de conexiones:  
 Asignaciones  
 Avanzadas

Especifique un administrador de conexiones, un origen de datos o una vista del origen de datos, y seleccione la tabla o vista en la que se copiarán los datos. Haga clic en Nuevo para crear una nueva tabla o vista.

Administrador de conexiones:  
 Conexion SQL Server Nuevo...

Usar una tabla o vista:  
 [dbo].[FACTAGOTAMIENTO] Nuevo...

Vista previa

Aceptar Cancelar Ayuda

### Transformación para poblar FactAgotamiento

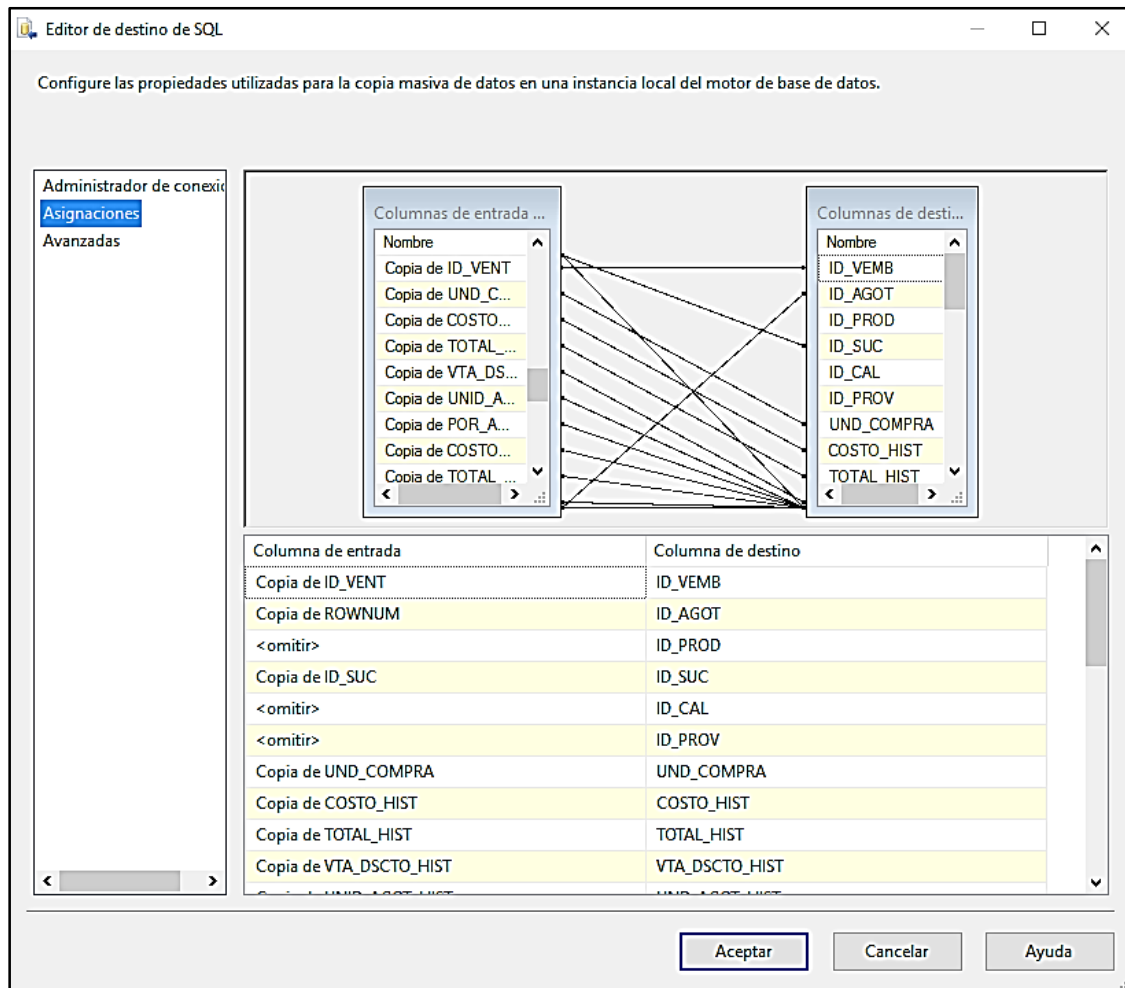
Editor de transformación Conversión de datos

Configure las propiedades utilizadas para convertir el tipo de datos de una columna de entrada a otro tipo. Configure la longitud, la precisión, la escala y la página de códigos de la columna en función del tipo de datos al que se convertirá la columna.

Columnas de entrada dis...

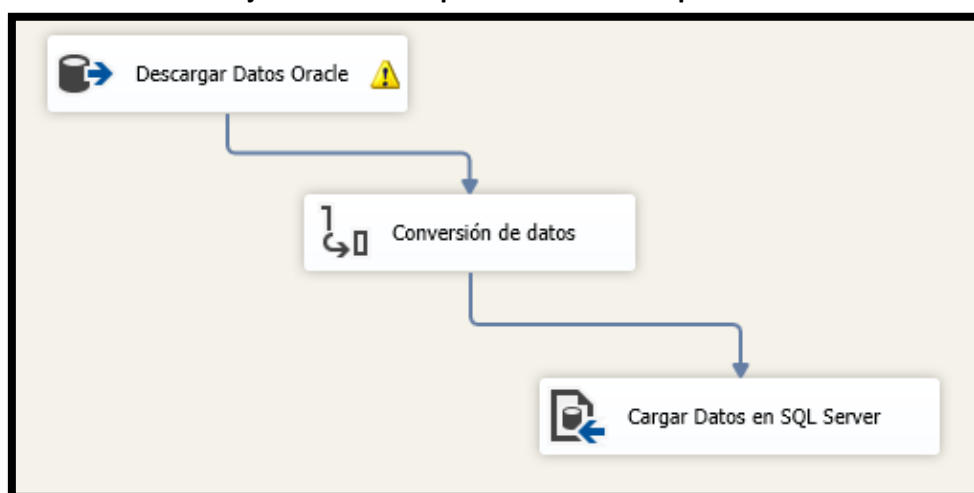
Columna de entrada	Alias de salida	Tipo de datos	Longitud	Precisión	Escala	Página de có
ID_PROD	Copia de ID_PROD	cadena [DT_STR]	10			1252 (ANSI -
ID_SUC	Copia de ID_SUC	entero de cuatro bytes con ...				
ID_CAL	Copia de ID_CAL	cadena [DT_STR]	10			1252 (ANSI -
ID_VENT	Copia de ID_VENT	entero de cuatro bytes con ...				
UND_COMPRA	Copia de UND_COMPRA	entero de cuatro bytes con ...				
COSTO_HIST	Copia de COSTO_HIST	numérico [DT_NUMERIC]		12	4	
TOTAL_HIST	Copia de TOTAL_HIST	numérico [DT_NUMERIC]		12	4	
VTA_DSCTO_HIST	Copia de VTA_DSCTO_HI...	numérico [DT_NUMERIC]		12	4	
UNID_AGOT_HIST	Copia de UNID_AGOT_H...	entero de cuatro bytes con ...				
POR_AGOT_HIST	Copia de POR_AGOT_HIST	numérico [DT_NUMERIC]		12	4	
COSTO_PLAN	Copia de COSTO_PLAN	numérico [DT_NUMERIC]		12	4	

Configurar la salida de errores... Aceptar Cancelar Ayuda



### 1.7.7. Flujo de datos FactReposición

#### Flujo de datos de "poblando Hecho Reposición"



#### Consulta:

```
SELECT ROWNUM,
       X.COD_PADRE,
```

```

        X.COD_TDA,
        X.CURVA_PROD,
        X.CURVA_TDA,
        ROUND(X.UME,0),
        X.UND_COMPRA,
        case when (NVL(X.PRI_CARGA,1)=0) then 1 else round(X.UND_COMPRA/
NVL(X.PRI_CARGA,1) ,0 ) end as und_rot,
        X.PRI_CARGA,
        X.STK_OHCD,
        X.STK_OOCD,
        X.STK_OHTDA,
        X.STK_OOTDA,
        ROUND(X.UME,0) AS UME_CAL,
        3 AS NUM_SEM,
        1 AS INNER_PACK,
        1 AS FACTOR_REP
FROM (
SELECT /*INDEX A.PLC_PLAN_COMP_COLOR_TDA_IDX1*/ E.COD_PADRE,
        A.COD_TDA,
        (SELECT sum(t.curvamin) FROM PLC_PLAN_COMPRA_TALLA T WHERE
T.COD_TEMPORADA = A.COD_TEMPORADA
                                AND T.DEP_DEPTO      =
A.DEP_DEPTO
                                AND T.COD_JER1        =
a.cod_jer1
                                and t.cod_jer2        =
a.cod_jer2
                                and t.item            =
a.item
                                and t.des_Estilo      =
a.des_estilo) as curva_prod,
        a.curva as curva_tda,
        ((SELECT AVG(t.curvamin) FROM PLC_PLAN_COMPRA_TALLA T WHERE
T.COD_TEMPORADA = A.COD_TEMPORADA
                                AND T.DEP_DEPTO      =
A.DEP_DEPTO
                                AND T.COD_JER1        =
a.cod_jer1
                                and t.cod_jer2        =
a.cod_jer2
                                and t.item            =
a.item
                                and t.des_Estilo      =
a.des_estilo)* A.CURVA) AS UME,
        C.UNIDADES AS UND_COMPRA,
        c.und_asig as pri_carga,
        0 AS STK_OHCD,
        C.UNIDADES AS STK_OOCD,
        0 AS STK_OHTDA,
        c.und_asig AS stk_ootda
FROM PLC_PLAN_COMPRA_COLOR_TDA A,
        PLC_PLAN_COMPRA_COLOR C,
        PLC_PLAN_COMPRA_OC E
WHERE A.COD_TEMPORADA = C.COD_TEMPORADA
AND A.DEP_DEPTO      = C.DEP_DEPTO
AND A.COD_JER1       = C.COD_JER1
AND A.NIV_JER1       = C.NIV_JER1
AND A.COD_JER2       = C.COD_JER2
AND A.NIV_JER2       = C.NIV_JER2

```

```

AND A.ITEM = C.ITEM
AND A.DES_ESTILO = C.DES_ESTILO
AND A.ID = C.ID
AND A.COD_COLOR = C.COD_COLOR
AND C.COD_TEMPORADA = E.COD_TEMPORADA
AND C.DEP_DEPTO = E.DEP_DEPTO
AND C.NIV_JER1 = E.NIV_JER1
AND C.COD_JER1 = E.COD_JER1
AND C.NIV_JER2 = E.NIV_JER2
AND C.COD_JER2 = E.COD_JER2
AND C.ITEM = E.ITEM
AND C.DES_ESTILO = E.DES_ESTILO
AND C.VENT_EMB = E.VENT_EMB
and c.vent_emb > 0
AND A.COD_TEMPORADA = 17) X

```

### Origen OLEDB para poblar FactReposicion

Configure las propiedades que utiliza un flujo de datos para obtener datos de cualquier proveedor OLE DB.

Administrador de conexiones OLE DB: Conexion Oracle Nueva...

Modo de acceso a datos: Comando SQL

Texto de comando SQL:

```

SELECT ROWNUM,
X.COD_PADRE,
X.COD_TDA,
X.CURVA_PROD,
X.CURVA_TDA,
ROUND(X.UME,0) AS UME,
case when (NVL(X.PRI_CARGA,1)=0) then 1 else round(X.UND_COMPRA/
NVL(X.PRI_CARGA,1),0) end as und_rot,
X.PRI_CARGA,
X.STK_OHCD,
X.STK_OOCD,
X.STK_OHTDA,
X.STK_OOTDA,
ROUND(X.UME,0) AS UME_CAL,
3 AS NUM_SEM,

```

Vista previa... Parámetros... Generar consulta... Examinar... Analizar consulta

Aceptar Cancelar Ayuda

### Destino SQL Server para poblar FactReposicion

Editor de destino de SQL

Configure las propiedades utilizadas para la copia masiva de datos en una instancia local del motor de base de datos.

Administrador de conexiones:  
 Especifique un administrador de conexiones, un origen de datos o una vista del origen de datos, y seleccione la tabla o vista en la que se copiarán los datos. Haga clic en Nuevo para crear una nueva tabla o vista.

Administrador de conexiones:  
 Conexion SQL Server Nuevo...

Usar una tabla o vista:  
 [dbo].[FACTREPOSICION] Nuevo...

Vista previa

Aceptar Cancelar Ayuda

### Transformación para poblar FactReposicion

Editor de transformación Conversión de datos

Configure las propiedades utilizadas para convertir el tipo de datos de una columna de entrada a otro tipo. Configure la longitud, la precisión, la escala y la página de códigos de la columna en función del tipo de datos al que se convertirá la columna.

Columnas de entrada disponibles

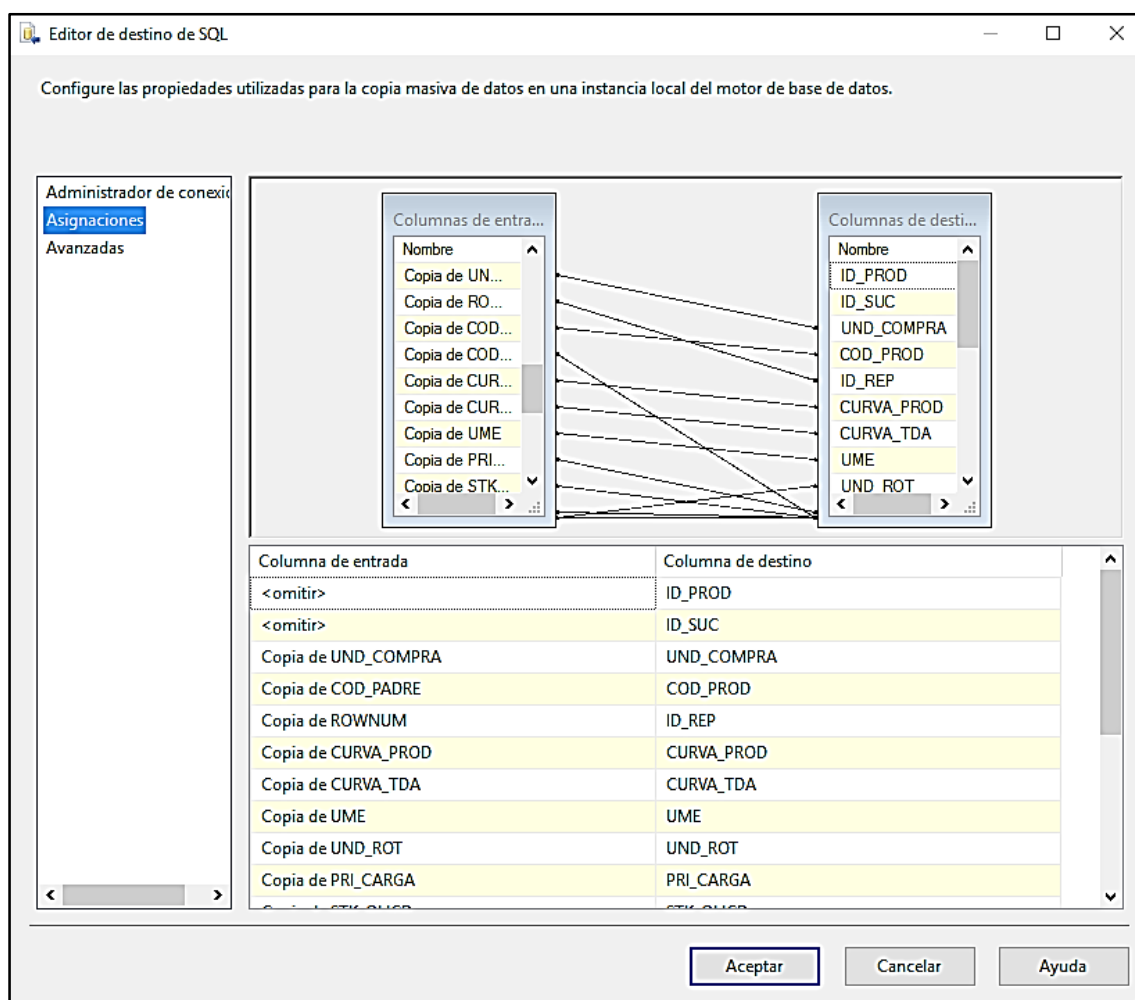
- ☒ Nombre
- ☒ UND\_COMPRA
- ☒ ROWNUM
- ☒ COD\_PADRE
- ☒ COD\_TDA
- ☒ CURVA\_PROD
- ☒ CURVA\_TDA
- ☒ PRI\_CARGA

Columna de entrada	Alias de salida	Tipo de datos	Longitud	Precisión	Escala	Página de códigos
UND_COMPRA	Copia de UND_COMPRA	entero de cuatro bytes con ...				
ROWNUM	Copia de ROWNUM	entero de cuatro bytes con ...				
COD_PADRE	Copia de COD_PADRE	cadena [DT_STR]	10			1252 (ANSI - ...)
COD_TDA	Copia de COD_TDA	cadena [DT_STR]	6			1252 (ANSI - ...)
CURVA_PROD	Copia de CURVA_PROD	entero de cuatro bytes con ...				
CURVA_TDA	Copia de CURVA_TDA	entero de cuatro bytes con ...				
UME	Copia de UME	entero de cuatro bytes con ...				
PRI_CARGA	Copia de PRI_CARGA	entero de cuatro bytes con ...				
STK_OHCD	Copia de STK_OHCD	entero de cuatro bytes con ...				
STK_OOCD	Copia de STK_OOCD	entero de cuatro bytes con ...				
STK_OTDA	Copia de STK_OTDA	entero de cuatro bytes con ...				

Configurar la salida de errores...

Aceptar Cancelar Ayuda





## 1.8. Selección del producto

Debido a la familiaridad con la que cuentan los analistas de sistemas de Tiendas por Departamento Ripley al usar las herramientas de inteligencia de negocios de Microsoft (Integration Services, Analysis Services, SQL server), se usarán dichas herramientas para el desarrollo e implementación del proyecto.

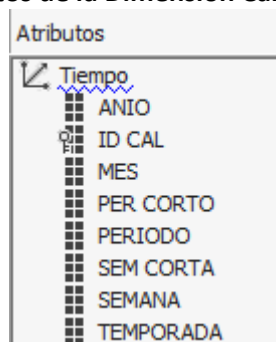
## 1.9. Desarrollo de aplicación de Inteligencia de Negocios:

### 1.9.1. Desarrollo del Cubo OLAP

#### A. DimCalendario

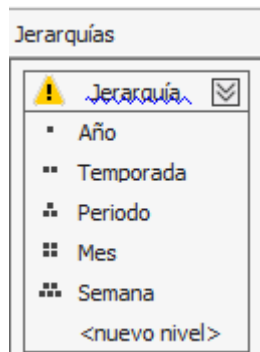
**Atributos:**

**Atributos de la Dimensión Calendario**



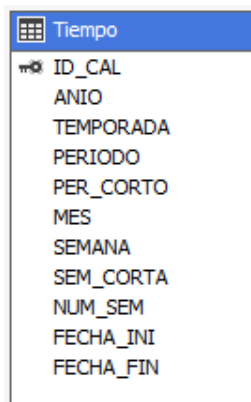
**Jerarquías:**

**Jerarquía de la Dimensión Calendario**



**Vista de Origen de Datos:**

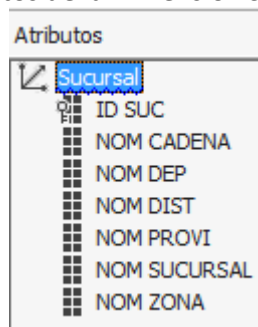
**Vista de Orígenes de datos de la Dimensión Calendario**



**B. DimSucursal**

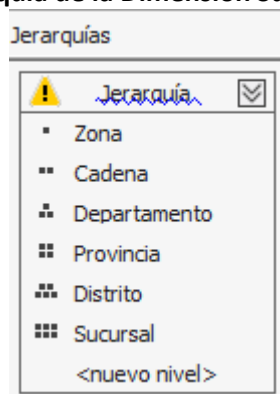
**Atributos:**

**Atributos de la Dimensión Sucursal**



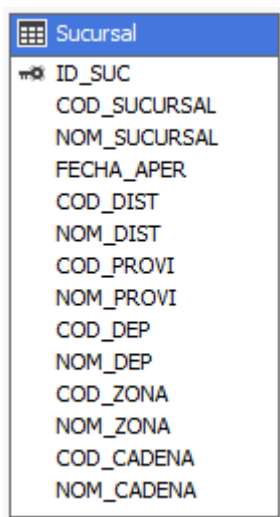
**Jerarquías:**

**Jerarquía de la Dimensión Sucursal**



**Vista de Origen de Datos:**

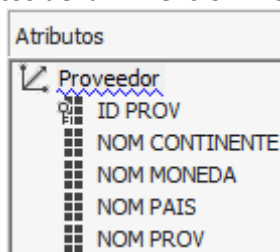
**Vista de Orígenes de datos de la Dimensión Sucursal**



**C. DimProveedor**

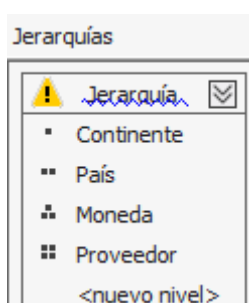
**Atributos:**

**Atributos de la Dimensión Proveedor**



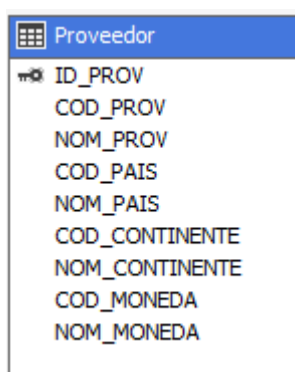
**Jerarquías:**

**Jerarquía de la Dimensión Proveedor**



**Vista de Origen de Datos:**

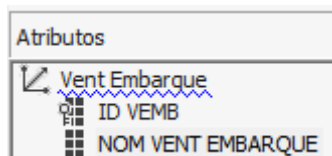
**Vista de Orígenes de datos de la Dimensión Proveedor**



**D. DimVent\_Embarque**

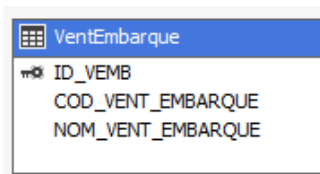
**Atributos:**

**Atributos de la Dimensión Vent Embarque**



**Vista de Origen de Datos:**

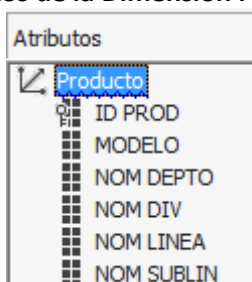
**Vista de Orígenes de datos de la Dimensión Vent Embarque**



**E. DimProducto**

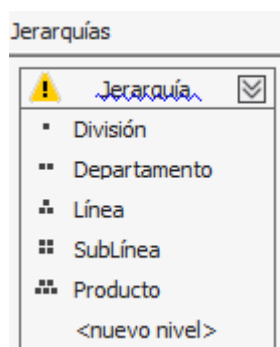
**Atributos:**

**Atributos de la Dimensión Producto**



**Jerarquías:**

**Jerarquía de la Dimensión Producto**

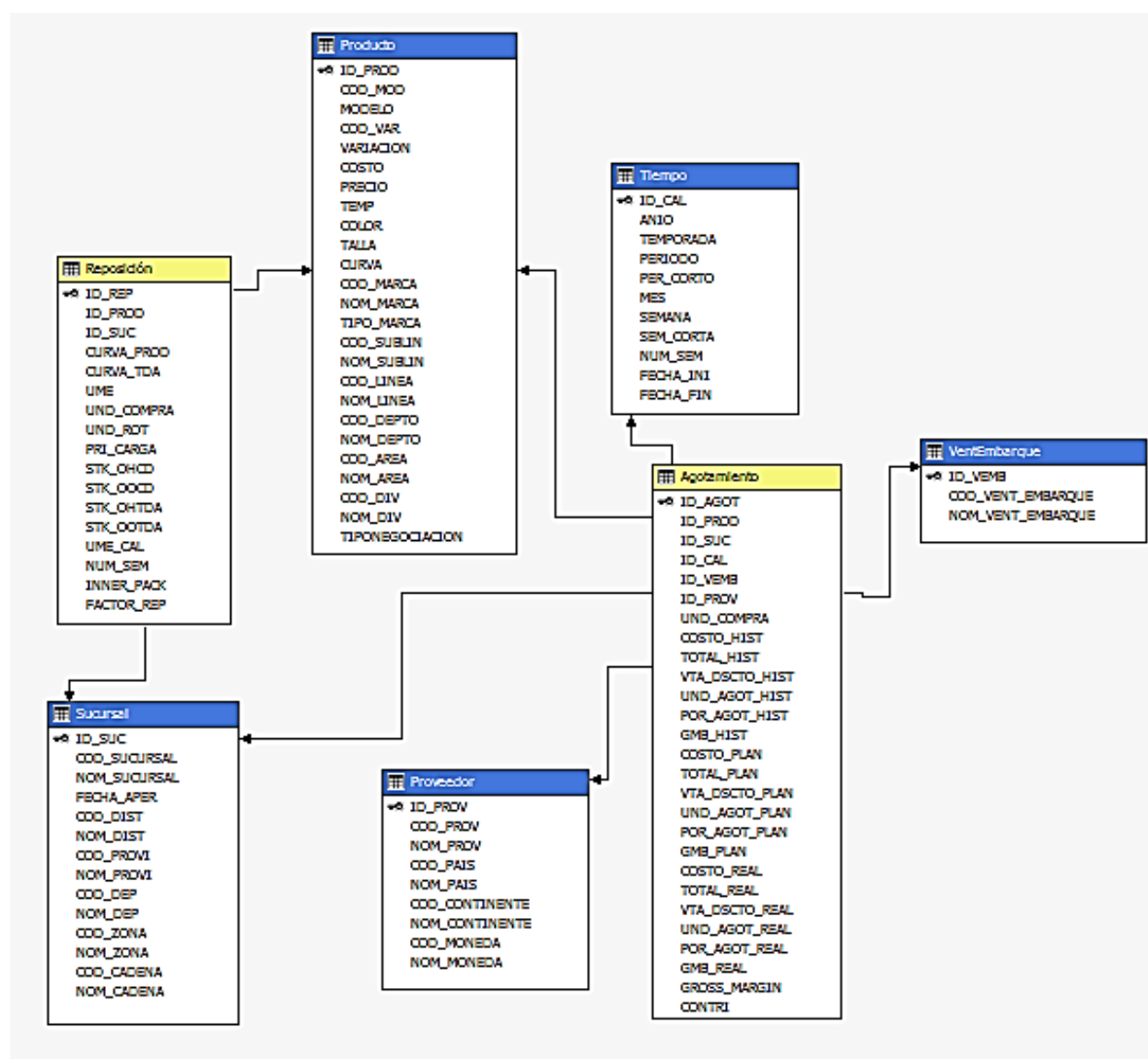


**Vista de Origen de Datos:**

**Vista de Orígenes de datos de la Dimensión Producto**

Producto
ID_PROD
COD_MOD
MODELO
COD_VAR
VARIACION
COSTO
PRECIO
TEMP
COLOR
TALLA
CURVA
COD_MARCA
NOM_MARCA
TIPO_MARCA
COD_SUBLIN
NOM_SUBLIN
COD_LINEA
NOM_LINEA
COD_DEPTO
NOM_DEPTO
COD_AREA
NOM_AREA
COD_DIV
NOM_DIV
TIPONEGOCIACION

**Vista de orígenes de datos de la solución de inteligencia de negocios**



## 1.9.2. Desarrollo en Visual Studio 2015

### 1.9.2.1. Indicador Incremento de Ganancias:

## Incremento de Ganancias

Marca	Venta con Dscto	Venta al Costo	% Ganancia
AZIZ	19.139.136,88	10.760.457,13	43,78%
BABY HARVEST	13.775.511,68	7.516.743,78	45,43%
BARBADOS	13.324.330,84	7.749.449,60	41,84%
BRIGITTE NAUX	11.354.899,86	5.993.970,77	47,21%
CACHAREL	11.200.853,46	5.976.136,71	46,65%
CLOUDBREAK	16.254.779,10	8.655.318,39	46,75%
GIVENCHY	10.563.410,81	7.719.190,82	26,93%
GOTCHA	4.452.447,95	1.992.214,70	55,26%
HARVEST	23.166.122,46	12.605.355,31	45,59%
INDEX	59.281.084,86	33.367.792,23	43,71%
IZOD	0,00	506.304,30	- ∞
KENNETH STEVENS	13.411.251,58	7.072.838,82	47,26%
LA DOLFINA	1.049.721,11	514.817,98	50,96%
LOST	1.738.996,75	796.701,07	54,19%
MARQUIS	31.738.583,80	17.058.987,90	46,25%
MOTHERCARE	2.871.631,10	1.470.375,30	48,80%
MY LITTLE PONY	539.599,44	267.037,59	50,51%
NAVIGATA	22.277.817,21	12.162.234,31	45,41%
PENGUIN	2.268.569,13	958.270,69	57,76%
PEPE JEANS	13.323.415,88	6.638.630,19	50,17%
POLO R.L.	0,00	574.449,90	- ∞
ROBERT LEWIS	10.282.744,95	5.929.735,68	42,33%
SELECTED	360.870,08	256.683,71	28,87%
SOY LUNA	628.676,02	280.297,28	55,41%

### 1.9.2.2. Indicador Rotación de Stock:

## Rotación de Stock

Código	Modelo	Und Compra	Curva Tda	Curva Min	Rotación Stock
17034405	JEAN SHNTWOMARIO UNWASH DK NOOS 16046345	352	56	56	2
17100846	PMC CLOUDBREAK SURF	396.600	1.680	1.680	1
17100884	PMC CLOUDBREAK PAISAJE	382.500	1.712	1.712	1
17100901	PMC CLOUDBREAK FIGURA	132.000	720	720	1
17100935	PMC CLOUDBREAK LOGO	53.280	240	240	7
17123271	ZAP.MARQUIS KX005 NEG	196	98	98	1
17143946	JEANS TST BAS	3.617.750	11.508	11.508	1
17149861	TERNO MQS SOL TT	16.000	680	680	1
17157341	JN BARBADOS JADE SKINNY	281.310	2.988	2.988	1
17158469	TERNO MQS STRIPE TT	12.320	440	440	1
17172805	JN PEPE JEANS CASH REGULAR	194.822	3.915	3.915	1
17172821	JN PEPE JEANS SPIKE SLIM	273.296	5.481	5.481	1
17172837	JN PEPE JEANS HATCH SKINNY	155.846	3.132	3.132	1
17263310	I16PJTRF2	29.000	464	464	1
17288663	POLO MC MARQUIS MTS VN NAC ESS	166.712	896	896	2
17288696	POLO MC MARQUIS MTS CN NAC ESS	84.000	560	560	3
17429812	CAMISA M/L MARQUIS MSH OXF ESS	15.000	400	400	1
17454617	JEG INX PUSH FB	1.830.990	4.800	4.800	1
17459955	BOXER BB2 MICRO1 TT17	19.600	168	168	2
17459960	BOXER BB2 MICRO2 TT17	19.600	168	168	2
17459980	BOXER BB2 WAIST1 TT17	18.900	162	162	2
17459985	BOXER BB2 WAIST2 TT17	18.900	162	162	2
17461468	BOXER NCT BACK BAS TT17	18.100	162	162	1